

**Perancangan *Booth* Sebagai Media Pengembangan Promosi
Rumah Makan Ayam Panggang Ess Pass
Palbapang Bantul Yogyakarta**

TUGAS AKHIR KARYA SENI

Diajukan kepada Fakultas Bahasa dan Seni
Universitas Negeri Yogyakarta
untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
guna Memperoleh Gelar
Sarjana Pendidikan



Disusun Oleh:
Ismail Nur Rachman
NIM 08206241039

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN SENI RUPA
FAKULTAS BAHASA DAN SENI
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
2013**

PERSETUJUAN

Tugas Akhir Karya Seni yang berjudul Perancangan *Booth* Sebagai
Media Pengembangan Promosi Rumah Makan Ayam Panggang Ess Pass
Palbapang Bantul Yogyakarta ini telah disetujui oleh pembimbing untuk diujikan.



Yogyakarta, 11 Juni 2013

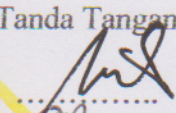
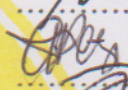
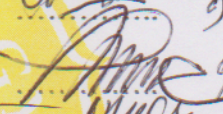
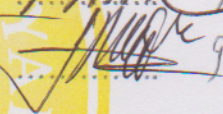
Pembimbing I

Drs. Kuncoro. W. D, M.Sn
NIP. 19660320 199412 01 001

PENGESAHAN


Tugas Akhir Karya Seni yang berjudul “Perancangan *Booth* Sebagai Media Pengembangan Promosi Rumah Makan Ayam Panggang Ess Pass Palbapang Bantul Yogyakarta” ini telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada

DEWAN PENGUJI

Nama	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
Drs. Mardiyatmo, M.Pd.	Ketua Penguji		9 Juli 2013
Dwi Retno, SA, S.Sn., M. Sn.	Sekretaris Penguji		9 Juli 2013
Hajar Pamadhi, M.A.Hons	Penguji Utama		9 Juli 2013
Drs. R. Kuncoro, WD, M.Sn.	Penguji Pendamping		9 Juli 2013

Yogyakarta, 9 Juli 2013

Fakultas Bahasa dan Seni
Universitas Negeri Yogyakarta


Dekan,
Prof. Dr. Zamzani, M.Pd.
NIP. 19550505 19811 1 011

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya

Nama : **Ismail Nur Rachman**

NIM : 08206241039

Program Studi : Pendidikan Seni Rupa

Fakultas : Bahasa dan Seni Universitas Negeri Yogyakarta

Menyatakan bahwa karya ilmiah ini adalah hasil pekerjaan saya sendiri. Sepanjang pengetahuan saya, karya ilmiah ini tidak berisi materi yang ditulis oleh orang lain, kecuali bagian-bagian tertentu yang saya ambil sebagai acuan dengan mengikuti tata cara dan etika penulisan karya ilmiah yang lazim.

Apabila ternyata terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya.

Yogyakarta, 11 Juni 2013

Penulis,



Ismail Nur Rachman

NIM 08206241039

MOTTO

**Gunakan kesempatan dengan baik, selagi masih ada waktu
Jangan sampai ada penyesalan**

**Percaya pada mimpi dan terus berusaha
“I Believe I Can Happy”**

PERSEMBAHAN

Tugas Akhir Karya Seni ini ku persembahkan kepada :

Kedua orang tua, yang begitu sabar dan penuh kasih sayang dalam mendidikku selama ini.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT, karena berkat rahmat, Hidayah, dan inayah-Nya akhirnya saya dapat menyelesaikan Tugas Akhir Karya Seni untuk memenuhi sebagian persyaratan guna memperoleh gelar sarjana.

Penulisan Tugas Akhir Karya Seni ini dapat terselesaikan karena bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu, saya menyampaikan terima kasih secara tulus kepada Rektor UNY, Prof. Dr. H. Rochmat Wahab, M.Pd.,M.A, Dekan FBS UNY, Prof. Dr. Zamzani, M.Pd dan Ketua Jurusan Pendidikan Seni Rupa, Drs. Mardiyatmo, M.Pd, yang telah memberikan kesempatan dan berbagai kemudahan kepada saya. Kepada pembimbing TAKS, R. Kuncoro Dewojati M.Sn, dengan penuh kesabaran, dan kebijaksanaan yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan dorongan yang tiada henti-hentinya disela-sela kesibukannya.

Terima kasih juga saya ucapkan kepada kedua orang tua, dan kakakku yang telah memberikan dukungan secara spiritual, moral, material, hingga saya dapat menyelesaikan studi dan Tugas Akhir Karya Seni ini dengan baik. Tidak lupa ucapan terima kasih saya sampaikan kepada Bapak Sudarmanta selaku pemilik Rumah Makan Ayam Panggang Ess Pass, yang telah bersedia memberikan kesempatan dan bantuan kepada penulis selama pengambilan data penelitian, dan teman-teman semua angkatan pendidikan seni rupa dan kerajinan Universitas Negeri Yogyakarta yang tidak dapat saya sebut satu persatu.

Semoga segala bantuan dan amal baik yang telah diberikan mendapat pahala dari Tuhan Yang Maha Esa. Besar harapan penulis semoga bermanfaat bagi pribadi khususnya dan pengembangan Jurusan Pendidikan Seni Rupa di UNY.

Yogyakarta, 11 Juni 2013

Penulis,

Ismail Nur Rachman

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
PERSETUJUAN.....	ii
PENGESAHAN.....	iii
SURAT PERNYATAAN.....	iv
MOTTO.....	v
PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
ABSTRAK.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	4
C. Pembatasan Masalah.....	4
D. Rumusan Masalah.....	4
E. Tujuan Perancangan.....	4
F. Manfaat Perancangan.....	4
BAB II KAJIAN SUMBER DAN METODE PERANCANGAN.....	6
A. Kajian Sumber.....	6
1. Tinjauan Tentang Perancangan.....	6
2. Tinjauan Tentang Media Promosi.....	6
3. Macam-Macam Media Promosi.....	7
4. Desain Komunikasi Visual.....	10
5. Unsur-Unsur Desain Komunikasi Visual.....	12
6. Prinsi-Prinsip Penyusunan Desain.....	16
7. Tinjauan Tentang <i>Booth</i>	19

B. Metode Perancangan.....	20
1. Bentuk Data.....	20
2. Teknik Pengumpulan Data.....	24
3. Alat/Instrumen.....	25
4. Analisis Data.....	25
5. Langkah Perancangan.....	28
6. Perencanaan Media.....	29
7. Program Media.....	35
BAB III VISUALISASI DAN PEMBAHASAN DESAIN.....	40
A. Konsep.....	40
1. Konsep Perancangan.....	40
2. Strategi Konsep.....	41
B. Visualisasi Desain.....	43
1. Perancangan Logo.....	44
2. Perancangan Maskot.....	48
C. Media Promosi.....	53
1. Media Utama (<i>Prime Media</i>).....	53
2. Media Pendukung (<i>Supporting Media</i>).....	61
BAB IV PENUTUP.....	101
A. Kesimpulan.....	101
B. Saran.....	102
DAFTAR PUSTAKA.....	103
LAMPIRAN.....	105

DAFTAR TABEL

Tabel 1	Program Media Perancangan.....	36
Tabel 1	Program Media Perancangan.....	37
Tabel 2	Estimasi Biaya Media Utama (<i>Prime Media</i>).....	37
Tabel 2	Estimasi Biaya Media Penunjang (<i>Supporting Media</i>).....	38

DAFTAR GAMBAR

Gambar I	Contoh <i>Booth</i> Makanan.....	20
Gambar II	Suasana RM Ayam Panggang Ess Pass dari Depan.....	22
Gambar III	Suasana RM Ayam Panggang Ess Pass dari Depan.....	22
Gambar IV	Suasana di dalam RM Ayam Panggang Ess Pass.....	22
Gambar V	Suasana di dalam RM Ayam Panggang Ess Pass.....	22
Gambar VI	Produk Makanan Ess Pass.....	23
Gambar VII	Produk Makanan Ess Pass.....	23
Gambar VIII	Produk Makanan Ess Pass.....	23
Gambar IX	RM Ayam Panggang Ess Pass dari Seberang Jalan.....	23
Gambar X	RM Ayam Panggang Ess Pass dari Seberang Jalan.....	23
Gambar XI	Rumah Makan Ayam Panggang Ess Pass.....	44
Gambar XII	Contoh Bentuk Atap Joglo.....	44
Gambar XIII	<i>Rough Layout</i> Logo.....	45
Gambar XIV	<i>Comprehensive Layout</i> Logo.....	45
Gambar XV	<i>Complete Layout</i> Logo.....	46
Gambar XVI	Ayam Kampung.....	48
Gambar XVII	Ayam Kampung Jantan.....	48
Gambar XVIII	Karakter Kartun Foghorn Leghorn <i>Loney Tones</i>	48
Gambar XIX	<i>Rough Layout</i> Maskot.....	49
Gambar XX	<i>Comprehensive Layout</i> Maskot.....	49
Gambar XXI	<i>Complete Layout</i> Maskot Versi <i>Full Colour</i>	50
Gambar XXII	<i>Complete Layout</i> Maskot Versi <i>Grayscale</i>	50
Gambar XXIII	Maskot siAkang Ess Pass.....	51
Gambar XXIV	<i>Rough Layout Booth</i>	54
Gambar XXV	<i>Comprehensive Layout Booth</i>	54
Gambar XXVI	<i>Complete Layout Booth</i> Tampak Depan.....	55
Gambar XXVII	<i>Complete Layout Booth</i> Tampak Belakang.....	55
Gambar XXVIII	<i>Complete Layout Booth</i> Tampak Samping.....	56
Gambar XXIX	<i>Complete Layout Booth</i> Tampak Prespektif.....	56

Gambar XXX	<i>Rough Layout Neon-Box.....</i>	62
Gambar XXXI	<i>Comprehensive Layout Neon-Box.....</i>	62
Gambar XXXII	<i>Complete Layout Neon-Box.....</i>	63
Gambar XXXIII	<i>Rough Layout Nota.....</i>	65
Gambar XXXIV	<i>Comprehensive Layout Nota.....</i>	66
Gambar XXXV	<i>Complete Layout Nota.....</i>	66
Gambar XXXVI	<i>Rough Layout Iklan Display.....</i>	69
Gambar XXXVII	<i>Comprehensive Layout Iklan Display.....</i>	69
Gambar XXXVIII	<i>Complete Layout Iklan Display.....</i>	70
Gambar XXXIX	<i>Rough Layout Packaging.....</i>	72
Gambar XL	<i>Comprehensive Layout Packaging Google SketchUp 8</i>	73
Gambar XLI	<i>Comprehensive Layout Packaging.....</i>	73
Gambar XLII	<i>Complete Layout Packaging Tampak Potongan.....</i>	74
Gambar XLIII	<i>Complete Layout Packaging Tampak Atas.....</i>	74
Gambar XLIV	<i>Complete Layout Packaging Tampak Belakang.....</i>	74
Gambar XLV	<i>Complete Layout Packaging Tampak Prespektif.....</i>	75
Gambar XLVI	<i>Rough Layout Kartu Nama.....</i>	78
Gambar XLVII	<i>Comprehensive Layout Kartu Nama.....</i>	78
Gambar XLVIII	<i>Complete Layout Kartu Nama.....</i>	79
Gambar XLIX	<i>Rough Layout Display Number.....</i>	81
Gambar L	<i>Comprehensive Layout Display Number</i>	81
Gambar LI	<i>Complete Layout Display Number</i>	82
Gambar LII	<i>Rough Layout Papan Nama.....</i>	84
Gambar LIII	<i>Comprehensive Layout Papan Nama.....</i>	84
Gambar LIV	<i>Complete Layout Papan Nama.....</i>	84
Gambar LV	<i>Rough Layout Seragam.....</i>	87
Gambar LVI	<i>Comprehensive Layout Seragam.....</i>	87
Gambar LVII	<i>Complete Layout Layout Seragam.....</i>	87
Gambar LVIII	<i>Rough Layout Roll Banner.....</i>	89
Gambar LIX	<i>Comprehensive Layout Roll Banner.....</i>	90
Gambar LX	<i>Complete Layout Roll Banner.....</i>	90

Gambar LXI	<i>Rough Layout Hanging Display.....</i>	93
Gambar LXII	<i>Comprehensive Layout Hanging Display.....</i>	93
Gambar LXIII	<i>Complete Layout Hanging Display.....</i>	94
Gambar LXIV	<i>Rough Layout Mobile Branding.....</i>	96
Gambar LXV	<i>Comprehensive Layout Mobile Branding.....</i>	96
Gambar LXVI	<i>Complete Layout Mobile Branding.....</i>	97
Gambar LXVII	<i>Complete Layout Mobile Branding Tampak Prespektif</i>	98

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Pedoman Wawancara.....	105
Lampiran 2	Media Kelengkapan Pameran.....	109
Lampiran 3	Layout Fungsi Booth.....	111
Lampiran 4	Layout Aplikasi Desain.....	111
Lampiran 5	Foto Dokumentasi Pameran.....	112
Lampiran 6	Surat Permohonan Izin Penelitian.....	113
Lampiran 7	Surat Pernyataan Pengambilan Data.....	114

PERANCANGAN *BOOTH* SEBAGAI MEDIA PENGEMBANGAN PROMOSI RUMAH MAKAN AYAM PANGGANG ESS PASS PALBAPANG BANTUL YOGYAKARTA

Oleh :
Ismail Nur Rachman
NIM 08206241039

ABSTRAK

Perancangan media pengembangan promosi Rumah Makan Ayam Panggang Ess Pas bertujuan untuk membuat desain media promosi yang efektif, efisien, kreatif dan komunikatif sebagai sarana informasi dan daya tarik mengenai *brand* Rumah Makan Ess Pass, sehingga mampu melekat di masyarakat. Manfaat perancangan ini untuk memberi informasi kepada masyarakat luas, di Bantul pada khususnya dan Yogyakarta.

Proses perancangan melalui tahapan pengumpulan data, baik data verbal maupun visual dengan teknik observasi, wawancara dan dokumentasi, data dianalisis dengan menggunakan teknik SWOT (*Strengths, Weakness, Opportunities, and Threats*). Pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan dokumentasi selanjutnya data diolah menjadi konsep perancangan media promosi sehingga membentuk kesatuan dalam desain dan kesimpulan dalam proses pembuatan media promosi. Tahapan penciptaan media promosi dengan proses membuat *layout* kasar, *layout* komprehensif dan *layout* lengkap. Instrumen yang digunakan dalam pembuatan karya diantaranya berupa perangkat manual misalnya pensil, *sket book*, *drawing pen*, dan perangkat komputer, *digital camera*, *scanner*.

Hasil dari perancangan media promosi berupa media utama (*prime media*) dan media pendukung (*supporting media*). Media utama yang digunakan yaitu *booth*, ukurannya yang relatif besar, frekuensi keberadaannya tinggi, menarik dan bisa langsung dilihat oleh *audience*. Sedangkan media pendukung, antara lain *neon-box*, nota, iklan *display*, *packaging*, kartu nama, nomer meja, papan nama, seragam, *roll banner*, *hanging display* dan *mobile branding*. Sebagai sistem identitas yang membedakan Rumah Makan Ayam Panggang Ess Pass dengan rumah makan lain digunakan logo, desain dan ilustrasi. Ilustrasi berupa figur yang dideformasi dari ayam kampung dengan gaya kartun, yaitu maskot. Pendekatan kartun digunakan dalam perancangan media promosi ini karena dapat lebih menarik perhatian masyarakat Bantul pada khususnya dan Yogyakarta pada umumnya.

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di era sekarang ini bisnis rumah makan merupakan salah satu bisnis yang berkembang pesat. Di antara bisnis rumah makan tersebut ada yang berbentuk usaha sendiri atau milik pribadi, dengan berbagai usaha yang sangat bervariasi, dari usaha yang sangat kecil dengan tempat dan penyajian yang sangat sederhana hingga usaha yang sangat besar yang menyediakan fasilitas yang sangat lengkap. Berbagai rumah makan dapat dengan mudah ditemukan di sekitar tempat tinggal masyarakat, dengan berbagai variasi pilihan menu yang di tawarkan oleh rumah makan yang ada di lingkup wilayah itu.

Berbagai variasi pilihan menu banyak ditawarkan oleh rumah makan, salah satu menu favorit adalah ayam goreng dan ayam panggang yang merupakan makanan paling digemari oleh masyarakat saat ini, selain memiliki rasa yang enak, daging ayam juga kaya akan protein hewani yang bermanfaat bagi tubuh. Sekarang hampir di setiap daerah juga dapat dijumpai warung atau rumah makan yang menyediakan menu dengan lauk ayam goreng dan ayam panggang, hal ini menunjukkan bahwa usaha penjualan ayam goreng dan ayam panggang memiliki potensi yang sangat besar untuk dikembangkan.

Seiring dengan semakin banyaknya kebutuhan masyarakat yang mengkonsumsi daging ayam maka meningkatkan omset penjualan, meningkatnya omset penjualan menunjukkan bahwa kesadaran masyarakat terhadap pentingnya pemenuhan kebutuhan protein hewani semakin tinggi, hal ini menjadi peluang

yang sangat baik pada para pengusaha khususnya pengusaha penjual ayam goreng dan ayam panggang.

Keberadaan rumah makan yang menjual paket ayam goreng dan ayam panggang saat ini semakin diminati oleh masyarakat, selain memiliki harga yang murah, penyajian ayam goreng dan ayam panggang juga sesuai dengan minat konsumen. Hampir semua lapisan masyarakat menggemari ayam goreng dan ayam panggang. Sehingga semakin hari semakin banyak orang yang menekuni dunia usaha ini, dan hal ini akan semakin memperketat persaingan dalam menarik konsumen untuk membeli produk tersebut. Oleh karena itu, agar kompetisi dalam menarik minat konsumen dapat dimenangkan maka dibutuhkan adanya media promosi untuk mendapatkan perhatian khusus dari para konsumen.

Salah satu rumah makan yang menjual paket ayam goreng dan ayam panggang adalah Rumah Makan Ayam Panggang Ess Pass yang berada di Palbapang Bantul Yogyakarta. Rumah Makan Ayam Panggang Ess Pass ini sudah berdiri memulai usahanya sejak tahun 1995 untuk menyajikan menu ayam panggang dan ayam goreng yang khas dengan cita rasa yang mengutamakan penggunaan bahan baku ayam kampung yang terkenal dengan kelezatannya, serta paduan bumbu racikan yang istimewa. Dalam perjalanan usahanya rumah makan ini menggunakan konsep lesehan dalam menarik pelanggan dan mendapat respon yang baik karena pada tahun berdiri rumah ini masih jarang ditemui rumah makan yang menawarkan menu ayam kampung dengan konsep lesehan, sehingga rumah makan yang memiliki pusat di Palbapang Bantul ini sangat dikenal. Kenikmatan

menu ayam kampung yang disajikan oleh rumah makan ini sangat berbeda dengan rumah makan lain, rumah makan Ayam Panggang Ess Pass tidak hanya menawarkan ayam dalam sajian panggang namun banyak variasi olahan ayam kampung. Sebagai pelengkap, rumah makan ini memiliki sambal yang berbeda sehingga cita rasa yang ditimbulkan lidah konsumen sangat cocok. Namun dengan berkembangnya waktu dan banyak kebutuhan masyarakat akan makanan, maka bermunculan rumah makan lain yang juga menawarkan sajian dari daging ayam, hal ini menyebabkan persaingan yang cukup ketat dalam dunia bisnis rumah makan. Para pesaing sekarang mulai berinovasi dengan masakan dan tampilan rumah makan yang lebih menarik. Melihat Rumah Makan Ayam Panggang Ess Pass yang masih kurang memanfaatkan media promosi untuk menambah kemajuan pada rumah makannya, pada beberapa tahun ini mulai tergeser oleh rumah makan yang lebih menarik dalam penyajiannya, sedangkan dilihat dari rasa dan variasi olahan makanan Rumah Makan Ayam Panggang Ess Pass tidak kalah dengan rumah makan yang bermunculan bahkan harga yang ditawarkan relatif dapat dijangkau oleh semua kalangan.

Di tengah persaingan yang cukup ketat saat ini, cara yang paling efektif bagi Rumah Makan Ayam Panggang Ess Pass agar dapat bersaing adalah melalui media perancangan *booth* yaitu sebagai pengembangan promosi dan bagaimana cara memposisikan produk di benak konsumen dengan lebih menarik.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang ada, maka dapat diidentifikasi yang terjadi pada Rumah Makan Ayam Panggang Ess Pass Palbapang Bantul Yogyakarta adalah

1. Kurangnya media promosi yang efektif.
2. Perlunya media baru yang dapat menarik perhatian calon konsumen.

C. Pembatasan Masalah

Pembatasan masalah pada tugas akhir adalah perlunya perancangan *booth* untuk pengembangan media promosi Rumah Makan Ayam Panggang Ess Pass Palbapang Bantul Yogyakarta.

D. Rumusan Masalah

Bagaimana mengembangkan promosi dengan perancangan *booth* yang menarik untuk meningkatkan minat para calon konsumen Rumah Makan Ayam Panggang Ess Pass.

E. Tujuan Perancangan

Tujuan dari perancangan ini adalah membuat konsep perancangan *booth* untuk mengembangkan promosi Rumah Makan Ayam Panggang Ess Pass Palbapang Bantul Yogyakarta pada masyarakat luas.

F. Manfaat Perancangan

1. Manfaat bagi masyarakat.

Perancangan ini diharapkan memberikan informasi tentang Rumah Makan Ayam Panggang Ess Pass Palbapang Bantul Yogyakarta.

2. Manfaat bagi Rumah Makan Ayam Panggang Ess Pass

Perancangan ini diharapkan secara tidak langsung menjadi sebuah media pencitraan *image* Rumah Makan Ayam Panggang Ess Pass Palbapang Bantul Yogyakarta kepada masyarakat dengan desain yang baru.

3. Manfaat bagi mahasiswa

Perancangan ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan khususnya Desain Komunikasi Visual tentang perancangan *booth*.

BAB II

KAJIAN SUMBER DAN METODE PERANCANGAN

A. Kajian Sumber

1. Tinjauan tentang Perancangan

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, perancangan berasal dari kata “rancang” yang berarti mengatur segala sesuatu (sebelum bertindak, mengerjakan, atau melakukan sesuatu), merencanakan. Perancangan adalah proses, perbuatan merancang, hasil rancang, program, desain (KBBI, 2008: 1139). Perancangan diartikan juga sebagai kegiatan yang mengatur segala sesuatu (sebelum bertindak, mengerjakan, bertindak sesuatu) (Kamus Umum Bahasa Indonesia, 2007: 927).

Perancangan adalah proses pemecahan masalah yang disertai dengan pemikiran yang kreatif guna mencapai hasil yang optimal. Kata perancangan atau dalam bahasa Inggris, “*design*” mempunyai arti “*to plan and manage everything to be better*” merencanakan atau mengatur segala sesuatu agar menjadi lebih baik. (Kamus Inggris-Indonesia, Jhon M Echols dan Hasan Shadily, PT Gramedia Pustaka Utama). Perancangan media promosi disesuaikan dengan *target audience* dan tujuan pemasaran produk.

2. Tinjauan tentang Media Promosi

Media adalah alat, sarana komunikasi seperti koran, majalah, radio, televisi, film, poster dan spanduk yang terletak antara dua pihak (KBBI, 2008: 829). Sedangkan definisi media menurut Pujiriyanto (2005: 15) adalah sarana untuk menyampaikan pesan atau informasi kepada publik dengan menggunakan berbagai unsur komunikasi grafis seperti teks atau gambar/ foto.

Istilah promosi berasal dari bahasa latin “*promovere*” yang kemudian diadopsi dalam bahasa Inggris yaitu “*promote*” yang berarti meningkatkan atau menaikkan sesuatu (Kamus Webster, 1996: 1077). Kata *promote* kemudian diadopsi dalam bahasa Indonesia yaitu promosi. Istilah promosi memiliki makna upaya menyampaikan suatu pesan dari kondisi kurang dikenal menjadi lebih dikenal oleh masyarakat. Mempromosikan sama artinya memperkenalkan.

Menurut Ekuan dalam Sachari, promosi dalam desain adalah menggalakkan kegiatan desain, memperluas, memperdalam dan menciptakan kegiatan desain sebagai suatu kebudayaan. Promosi juga menjembatani pengertian-pengertian dari desainer, usahawan, masyarakat awam di dalam suatu negara (1986: 94). Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa media promosi adalah strategi pemasaran yang baik untuk meningkatkan daya jual produk beserta kualitas pada produk.

3. Macam-Macam Media Promosi

Media komunikasi visual bermacam-macam, menurut Freddy Adiono Basuki (2000) yang disempurnakan oleh Pujiriyanto (2005: 15), secara garis besar media dapat dikelompokkan menjadi:

1. Media cetak/ visual (*printed material*), contohnya: poster (dalam dan luar), stiker, sampul buku, pembungkus, selipat (*folder*), selebaran (*leaflet*), amplop dan kop surat, tas belanja, katalog, iklan majalah dan surat kabar.
2. Media luar ruangan (*outdoor*), contohnya: spanduk (*banner*), papan nama, umbul-umbul, *neon-box*, *neon-sign*, *billboard*, baliho, *mobile box*.

3. Media elektronik (*electronic*), contohnya: radio, televisi, internet, film, program video, animasi komputer.
4. Tempat pajang (*display*), contohnya: etalase (*window display*), *point of purchase*, desain gantung, *floor stand*.
5. Barang- barang kenangan (*special offer*), contohnya: kaos, topi, payung, gelas, aneka *souvenir*, sajadah, tas dan sebagainya.

Setiap jenis media promosi memiliki karakteristik sendiri-sendiri tergantung kepada tujuan penggunaan media tersebut. Berikut definisi beberapa media promosi menurut Kusrianto (2007: 330), antara lain:

1. *Leaflet* (selebaran): Lembaran kertas cetak yang dilipat menjadi dua halaman atau lebih.
2. *Folder*: Lembaran bahan cetakan yang dilipat menjadi dua seperti map atau buku agar mudah dibawa.
3. Brosur (*booklet*): Bahan cetakan yang terdiri dari beberapa halaman yang dijilid sehingga menyerupai buku.
4. Katalog: Sejenis brosur yang berisi rincian jenis produk/ layanan usaha dan kadang-kadang dilengkapi dengan gambar-gambar. Ukurannya bisa bermacam-macam, mulai dari sebesar saku sampai sebesar buku telepon, tergantung keperluan bisnisnya.
5. *Stationery Set*: Antara lain amplop, kop surat dan pulpen yang biasanya ditempatkan di kamar hotel. Berfungsi bukan hanya sebagai servis dari hotel tersebut, tetapi termasuk *pos material* karena terdapat nama produk atau jasa, lengkap dengan alamat dan nomor telepon.

6. *Sisipan (Stufler)*: *Leaflet* yang disisipkan atau ditempatkan dalam kotak kemasan suatu produk. Biasanya berupa penjelasan penggunaan produk tersebut, atau produk-produk lain yang diproduksi oleh perusahaan yang sama.
7. *Hanging Mobile*: Sebuah alat pajangan yang bergerak apabila terkena angin, penempatannya secara digantung.
8. *Wobler*: Alat pajangan yang cara penempatannya ditempel di dinding atau di rak penjualan menggunakan plastik atau bahan sejenis sehingga gambar menjadi lentur dan bergerak. Biasanya dalam bentuk 2 dimensi.
9. *Self Talker*: Media cetak yang mempromosikan suatu produk dengan menempatkannya langsung di rak.
10. *Flag Chain*: Rangkaian bendera kecil dengan menampilkan gambar produk, merek, slogan, atau gabungan dari semua itu.
11. *Poster*: Poster bergambar dan *full color* biasanya dipakai sebagai dekorasi ruangan dengan menempelkannya di dinding, jendela toko, atau dinding ruang pameran.
12. *Sticker*: Bahan promosi yang paling banyak dan sering digunakan oleh perusahaan-perusahaan untuk mempromosikan produknya karena sifatnya yang sangat fleksibel.
13. *Kotak Dispenser*: Memiliki kaitan dengan *leaflet* atau brosur karena dipakai untuk menempatkan barang-barang tersebut.
14. *Model*: Model di sini lebih cenderung berfungsi sebagai hiasan atau pajangan dan biasanya berbentuk miniatur.

15. Bentuk lainnya, *merchandise*/ souvenir: Jam, asbak, korek, gantungan, kunci, kalender, *t-shirt*, topi, payung, dll.

Media periklanan dalam dunia desain dibagi menjadi tiga (Tinarbuko, 2009: 29), antara lain:

1. Media iklan lini atas (*above the line advertising*), adalah jenis-jenis iklan yang disosialisasikan menggunakan sarana media massa komunikasi audio visual. Misalnya surat kabar, majalah, tabloid, iklan radio, televisi, bioskop, internet, telepon seluler. Pada umumnya, biro iklan yang bersangkutan mendapat komisi karena pemasangan iklan tersebut.
2. Media iklan lini bawah (*below the line advertising*), adalah kegiatan periklanan yang disosialisasikan tidak menggunakan media massa dan elektronik. Media yang digunakan berkisar pada *printed ad*, misalnya poster, brosur, *leaflet*, *folder*, *flyer*, katalog, dan *merchandising*: payung, mug, kaus, topi, dompet, pin, tas, kalender, buku agenda, bolpoin, gantungan kunci.
3. *New media*, contohnya *ambient media*, *guerillas advertising*, *theatrical advertising*, dan *adman*.

4. Desain Komunikasi Visual

Pengertian desain komunikasi visual dalam Wikipedia Ensiklopedia (wikipedia.org), adalah desain komunikasi visual yang dikenali dengan singkatan deskomvis pada dasarnya merupakan istilah penggambaran untuk proses pengolahan media dalam berkomunikasi mengenai pengungkapan idea atau penyampaian informasi yang bisa terbaca atau terlihat. Desain komunikasi visual erat kaitanya dengan penggunaan tanda-tanda (*signs*), gambar (*drawing*), lambang

dan simbol, ilmu dalam penulisan huruf (tipografi), ilustrasi dan warna yang kesemuanya berkaitan dengan indra penglihatan. Proses komunikasi disini melalui eksplorasi ide-ide dengan penambahan gambar baik itu berupa foto, diagram serta warna selain penggunaan teks sehingga akan menghasilkan efek terhadap pihak yang melihat. Efek yang dihasilkan tergantung dari tujuan yang ingin disampaikan oleh penyampai pesan dan juga kemampuan dari penerima pesan untuk menguraikannya.

Menurut M. Umar Hadi dalam Irama Visual (2009: 1), desain komunikasi visual termasuk dalam kategori *applied art* (seni terapan), dimana karya yang dihasilkan disebut bersifat praktis-fungsional (seberapa efektif sebuah desain dapat mencapai tujuan atau memenuhi target sasarannya).

Desain komunikasi visual terdiri dari tiga kata, yaitu desain, komunikasi dan visual. Desain merupakan bidang ketrampilan, pengetahuan dan pengalaman manusia yang mencerminkan keterikatannya dengan apresiasi dan adaptasi lingkungannya ditinjau dari kebutuhan-kebutuhan kerohanian dan kebendaan (Archer dalam Irama Visual, 2009: 113).

Komunikasi, menurut penuturan Liliweri yang ditambahkan oleh Tinarbuko (2009: 13), ialah penciptaan interaksi perorangan dengan menggunakan tanda-tanda yang tegas. Komunikasi juga berarti pembagian unsur-unsur perilaku atau cara hidup dengan eksistensi seperangkat ketentuan dan pemakaian tanda-tanda.

Tujuan-tujuan komunikasi menurut Terence A. Shimp (2001: 160), diarahkan pada beberapa pencapaian dalam berpromosi, yaitu:

- a. Membangkitkan keinginan akan suatu kategori produk.
- b. Menciptakan kesadaran akan merek (*brand awareness*).
- c. Mendorong sikap positif terhadap produk dan mempengaruhi niat (*intentions*).
- d. Memfasilitasi pembeli.

Definisi komunikasi visual adalah komunikasi menggunakan bahasa visual, dimana unsur dasar bahasa visual (yang menjadi kekuatan utama dalam penyampaian pesan) adalah segala sesuatu yang dapat dilihat dan dapat dipakai untuk menyampaikan arti, makna/ pesan (Kusrianto, 2007: 10).

5. Unsur-unsur Desain Komunikasi Visual

1) Garis

Garis, secara desain grafis garis merupakan sekumpulan titik yang dideretkan memanjang. Sedangkan dalam *software* grafis disebut *outline* (*CorelDraw*), *contour* atau *stroke* dalam *Adobe Photoshop*. Garis secara orientasi terdiri dari garis lurus horisontal, garis lurus vertikal, garis lurus miring diagonal, dan garis melengkung (kurva). (Hendratman 2010: 13)

2) Bidang atau Bangun (*Shape*)

Shape atau bangun menurut Dharsono (2004: 42) dibagi menjadi 2, yaitu: (a) *shape* yang menyerupai wujud alam (*figur*) dan (b) *shape* yang tidak sama sekali menyerupai wujud alam (*non figur*). Keduanya akan terjadi menurut kemampuan senimannya dalam mengolah objek. Di dalam pengolahan objek akan terjadi perubahan wujud sesuai selera maupun latar belakang sang seniman.

3) Tekstur

Tekstur atau ada yang menyebutnya barik, berarti nilai raba atau halus-kasarnya permukaan suatu benda. Tekstur sengaja dibuat dan dihadirkan dalam susunan untuk mencapai bentuk rupa. Secara garis besar, tekstur dibagi menjadi 2 macam, yaitu tekstur alami (*nature texture*) dan tekstur buatan (*artificial texture*). Tekstur alami memiliki nilai raba yang sama dengan penglihatan, misalnya tekstur pada batu, pasir, kayu, rumput, dll. Sedangkan tekstur buatan adalah rasa permukaan yang sengaja dihadirkan dan tidak sama antara nilai raba dengan penglihatan. Contohnya kertas, logam, kaca, plastik, dan sebagainya (Dharsono, 2004: 47).

4) Teks

Teks terdiri dari *headline*, *subheadline*, *body copy*, *signature*, *caption*, *callout* dan *closing word*.

(a) *Headline* (Judul)

Kepala tulisan, merupakan pesan verbal yang paling ditonjolkan dan diharapkan dibaca pertama kali oleh target audiens. Posisinya bisa dimana saja, tidak selalu di bagian atas meskipun namanya *head* (kepala) (Supriyono, 2010: 131). Bunyi *headline* biasanya menggelitik sehingga menarik perhatian orang untuk membacanya.

(b) *Subheadline* (Subjudul)

Subheadline atau subjudul merupakan penjelas *headline*. Letaknya bisa di bawah maupun di atas *headline* (disebut juga *overline*). Biasanya mencerminkan materi dalam teks. Tidak semua desain mengandung

subheadline, tergantung konsep kreatif yang digunakan. Di bagian lain, subjudul juga disebut sebagai kalimat peralihan yang mengarahkan pembaca dari judul ke naskah/ *body copy* (Pujiriyanto, 2005: 38).

(c) *Body Copy* (Naskah)

Menurut Supriyono (2010: 132), *body copy* diartikan sebagai pengurai informasi suatu produk secara detail sehingga diharapkan dapat membujuk dan memprovokasi pembaca untuk membeli produk yang diiklankan. Panjang pendeknya *body copy* tergantung kebutuhan dan kondisi ruang (ukuran) iklan.

(d) *Signature* (Identitas)

Signature (identitas) adalah salah satu unsur yang memberi bobot dalam sebuah desain. Selain memuat ciri khas *brand* tertentu, *signature* juga menjadi penarik perhatian audiens, terutama yang mencari prestis lewat merek tersebut. *Signature* dapat berupa logo/ *brand name*, jenis perusahaan, atau “*splash*”, yaitu informasi singkat yang umumnya menyuruh audiens untuk “*action*”.

(e) *Caption*

Caption merupakan keterangan yang menyertai elemen visual. Biasanya dicetak dalam ukuran kecil dan dibedakan gaya atau jenis hurufnya dengan *body text* atau elemen teks lain (Rustan, 2008: 40).

(f) *Callout*

Callout adalah bentuk *caption* yang menyertai suatu elemen visual yang memiliki lebih dari satu keterangan, misalnya pada diagram. *Callout* biasanya memiliki garis-garis yang menghubungkannya dengan bagian-bagian dari elemen visualnya. *Balloon* adalah salah satu bentuk *callout* (Rustan, 2008: 42).

(g) *Closing Word* (Penutup)

Closing word atau kalimat penutup adalah kalimat yang pendek, jelas, singkat, jujur dan jernih yang biasanya bertujuan untuk mengarahkan pembaca untuk membuat keputusan apakah ingin membeli produk yang ditawarkan atau tidak. Pujiriyanto (2005: 41). *Closing word* juga dapat berupa alamat, info penjualan, dll.

5) Tipografi

Tipografi, dalam dunia desain grafis, didefinisikan sebagai suatu proses seni untuk menyusun bahan publikasi menggunakan huruf cetak (Adi Kusrianto, 2007: 190). Seorang desainer memiliki potensi yang besar dalam merancang suatu karya yang komunikatif dan kreatif dengan keanekaragaman bentuk *type*. Namun, desainer perlu mengenali bentuk tipografi guna mengetahui karakteristik atau sifat suatu huruf sehingga tepat dalam pengaplikasiannya. Misal tingkat keterbacaannya (*readable*), kemudahan ketika dibaca (*legibility*), ukuran, bentuk dan gaya.

6) Ilustrasi (*Illustration*)

Sebagai salah satu bagian desain komunikasi visual yang dimanfaatkan sebagai “*center of interest*” atau penarik pandang yang berbentuk gambar ataupun tulisan. Ilustrasi juga bisa digunakan sebagai *eye grabber* (penarik perhatian) yang ampuh dalam menjaring audiens.

Menurut definisinya (Supriyono, 2010: 51), ilustrasi adalah gambar atau foto yang bertujuan menjelaskan teks dan sekaligus menciptakan daya tarik. Kriteria ilustrasi yang berhasil dalam suatu media antara lain: komunikatif,

informatif dan mudah dipahami; menggugah perasaan dan hasrat untuk membaca; ide baru, orisinal, bukan merupakan plagiat atau tiruan; punya daya paku (*eye-catcher*) yang kuat; jika berupa foto atau gambar, harus punya kualitas memadai, baik dari aspek seni maupun teknik pengerjaan.

7) Warna

Warna merupakan pelengkap gambar serta mewakili suasana kejiwaan pelukisnya dalam berkomunikasi. Warna juga merupakan unsur yang sangat tajam untuk menyentuh kepekaan penglihatan sehingga mampu merangsang munculnya rasa haru, sedih, gembira, *mood*, semangat, dll (Kusrianto, 2007: 46).

8) Layout

Rustan dalam bukunya yang berjudul *Lay Out* (2008: 0), menjelaskan pengertian *layout* adalah tata letak elemen-elemen desain terhadap suatu bidang dalam media tertentu untuk mendukung konsep/ pesan yang dibawanya. *Me-layout* adalah salah satu proses tahapan kerja dalam desain.

6. Prinsip- Prinsip Penyusunan Desain:

1) Keseimbangan (*Balance*)

Menurut pendapat Supriyono dalam Desain Komunikasi Visual (2010: 88), keseimbangan atau *balance* adalah pembagian sama berat, baik visual maupun optik. Ada 2 pendekatan untuk menciptakan *balance*. Yakni dengan membagi sama berat kanan-kiri atau atas-bawah secara simetris atau setara, disebut keseimbangan formal (simetris). Kesan simetris mempunyai kesan kokoh dan stabil, sesuai dengan citra tradisional dan konservatif. Pengaturan simetris juga dapat menimbulkan persepsi aman, dapat diandalkan, rasa kepercayaan.

Kedua adalah keseimbangan asimetris (*informal balance*), yaitu penyusunan elemen-elemen desain yang tidak sama antara sisi kiri dan kanan, namun terasa seimbang. Keseimbangan asimetris tampak lebih dinamis, variatif, *surprise* (mengejutkan, tidak membosankan) dan non formal.

2) Penekanan (*Emphasis*)

Informasi yang dianggap paling penting untuk disampaikan ke audiens harus ditonjolkan mencolok melalui elemen visual yang kuat. Penekanan dapat dilakukan antara lain dengan cara menggunakan warna mencolok, ukuran foto/ilustrasi dibuat paling besar, menggunakan huruf *sans serif* ukuran besar, arah diagonal dan dibuat berbeda dengan elemen-elemen lain (Supriyono, 2010: 89).

Ditambahkan oleh Supriyono (2010: 89), bahwa penekanan adalah usaha menonjolkan salah satu elemen visual dengan tujuan menarik perhatian dan mempermudah audiens melihat pesan dalam iklan yang disampaikan. Suatu desain dikatakan baik apabila memiliki *center of interest*/ fokus yang jelas.

3) Irama (*Rhythm*)

Irama adalah pola *layout* yang dibuat dengan cara menyusun elemen-elemen visual secara berulang-ulang. Irama visual dalam desain grafis dapat berupa repetisi (penyusunan elemen berulang kali secara konsisten) dan variasi (perulangan elemen visual disertai perubahan bentuk, ukuran, atau posisi) (Supriyono, 2010: 94).

4) Kesatuan (*Unity*)

Menurut Stephen McElroy dalam Pujiriyanto (2005: 92), *unity* adalah “semua bagian dan unsur grafis bersatu padu dan serasi sehingga pembaca

memahaminya sebagai sebuah kesatuan”. *Unity* dapat berupa pengulangan warna, bentuk, ukuran atau unsur visual lainnya, penyeragaman tipografi, tema, dan lain sebagainya.

Dharsono dalam Seni Rupa Modern (2004: 59), berpendapat bahwa kesatuan adalah kohesi, konsistensi, ketunggalan atau keutuhan, yang merupakan isi pokok dari komposisi. Kesatuan merupakan efek yang dicapai dalam suatu susunan atau komposisi di antara hubungan unsur pendukung karya.

5) Keberagaman (*Variety*)

Frank Jefkins (1995: 245) mendefinisikan keberagaman sebagai suatu upaya menghindari desain yang monoton. Untuk itu, diperlukan sebuah perubahan dan pengkontrasan yang sesuai. Adanya perbedaan besar-kecil, tebal-tipis pada huruf, pemanfaatan pada gambar, perbedaan warna yang serasi, dan keragaman unsur-unsur lain yang serasi akan menimbulkan variasi yang harmonis.

6) Keserasian (*Harmony*)

Keserasian adalah keteraturan di antara bagian-bagian suatu karya, mengartikan keserasian sebagai usaha dari berbagai macam bentuk, bangun, warna, tekstur dan elemen lain yang disusun secara seimbang dalam suatu komposisi utuh agar nikmat untuk dipandang (www.mochamadg.blogspot.com).

7) Proporsi (*Proportion*)

Menurut Pujiriyanto (2005: 75), proporsi adalah perbandingan ukuran yang digunakan untuk menentukan perbandingan yang tepat antara panjang dengan lebar antara gambar dengan bidang gambar. Terdapat tiga hal yang berkaitan dengan masalah proporsi, yaitu penempatan susunan yang menarik,

penentuan ukuran dan bentuk yang tepat dan penentuan ukuran sehingga dapat diukur atau disusun sebaik mungkin.

8) Kontras

Kusrianto (2007: 42), menjelaskan bahwa kontras dalam suatu komposisi diperlukan sebagai vitalitas agar tidak terkesan monoton. Namun apabila kontras terlalu berlebihan akan memunculkan ketidakteraturan dan kontradiksi yang jauh dari kesan harmonis. Untuk memperlihatkan kontras, objek yang dianggap penting dijadikan berbeda dengan elemen-elemen lainnya.

7. Tinjauan tentang *Booth*

Booth banyak sekali kegunaanya dalam bidang promosi produk, biasanya booth dikenal sebagai rombongan atau gerobak modern karena keunikan bentuk yang banyak sekali motif dalam *booth*. *Booth stand*, atau *event desk* sering kita jumpai dalam stand pameran, *booth counter*, atau disebut *counter* banyak dijumpai di mall mall yang menawarkan makanan atau minuman yang mempunyai *space* sedikit besar biasanya sekeliling *booth* ada sebuah partisi yang menutupi bagian samping dan belakang *booth* utama, hal ini di buat sedemikian rupa menyesuaikan bentuk dan fungsinya (www.rajabooth.com).

Booth adalah sebuah loket makanan, umumnya struktur sementara yang digunakan untuk menyampaikan dan menjual makanan kepada masyarakat umum. Biasanya ditempatkan diluar ruang ataupun dalam ruang seperti taman, pinggir jalan, mall, dan lain-lain (www.wikipedia.org). Berdasarkan penjelasan *booth* tersebut, dapat di ambil kesimpulan bahwa pengertian *booth* adalah merupakan media yang digunakan sebuah perusahaan atau organisasi untuk menjual produk

yang akan ditawarkan kepada masyarakat supaya lebih menarik minat untuk melakukan transaksi secara langsung, selain itu juga dapat berfungsi sebagai tempat penyimpanan sementara produk yang akan dijual. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada contoh *booth* dibawah ini:



Gambar I: Contoh **booth makanan**
(Sumber: www.rajaboost.com, diunduh tanggal 3 Januari 2013)

B. Metode Perancangan

1. Bentuk Data

a) Data Verbal

Di era sekarang ini bisnis rumah makan merupakan salah satu bisnis yang berkembang pesat. Di antara bisnis rumah makan tersebut ada yang berbentuk usaha sendiri atau milik pribadi, dengan berbagai usaha yang sangat bervariasi, dari usaha yang sangat kecil dengan tempat dan penyajian yang sangat sederhana hingga usaha yang sangat besar yang menyediakan fasilitas yang sangat lengkap. Berbagai rumah makan dapat dengan mudah ditemukan di sekitar tempat tinggal masyarakat, dengan berbagai variasi pilihan menu yang di tawarkan oleh rumah makan yang ada di lingkup wilayah itu.

Keberadaan rumah makan yang menjual paket ayam goreng dan ayam panggang saat ini semakin diminati oleh masyarakat, selain memiliki harga yang murah, penyajian ayam goreng dan ayam panggang juga sesuai dengan minat konsumen. Sehingga semakin hari semakin banyak orang yang menekuni dunia usaha ini, dan hal ini akan semakin memperketat persaingan dalam menarik konsumen untuk membeli produk tersebut. Oleh karena itu, agar kompetisi dalam menarik minat konsumen dapat dimenangkan maka dibutuhkan adanya media promosi untuk mendapatkan perhatian khusus dari para konsumen.

Salah satu rumah makan yang menyediakan menu ayam goreng dan ayam panggang yang berkualitas di Yogyakarta, lebih tepatnya di Kabupaten Bantul adalah Rumah Makan Ayam Panggang Ess Pass. Ess Pass merupakan nama dari rumah makan yang diambil dari kata-kata bahasa jawa yaitu “wes pas” yang artinya sudah pas. Selain nama yang mudah diingat, dengan pengambilan nama tersebut pemilik rumah makan bermaksud agar pelanggan atau calon konsumen dapat merasakan suasana dan rasa masakan yang sudah pas disajikan. Rumah Makan Ayam Panggang Ess Pass didirikan pada tanggal 22 Agustus 1995.

Keunggulan produk Rumah Makan Ayam Panggang Ess Pass dibandingkan produk rumah makan lain ialah bahan baku yang digunakan. Antara lain bahan baku ayam kampung dan bumbu pilihan yang terbaik. Sasaran Rumah Makan EssPass adalah seluruh lapisan masyarakat terutama keluarga muda.

b) Data Visual

Data visual berupa gambar-gambar, antara lain foto-foto lokasi, produk masakan dan suasana di dalam rumah makan, yang akan digunakan dalam perancangan *booth* Rumah Makan Ayam Panggang Ess Pass. Berikut beberapa hasil dokumentasi yang dapat dilihat pada gambar II-X:



Gambar II



Gambar III



Gambar IV



Gambar V

Gambar II-III: Suasana RM Ayam Panggang Ess Pass dari depan,
 Gambar IV-V: Suasana didalam RM Ayam Panggang Ess Pass
 (Sumber: Dokumen penulis, April 2013)



Gambar VI



Gambar VII



Gambar VIII



Gambar IX



Gambar X

Gambar VI-VIII: **Produk makanan Ess Pass,**
 Gambar IX-X: **RM Ayam Panggang Ess Pass dari seberang jalan**
 (Sumber: Dokumen penulis, April 2013)

2. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam perancangan *booth* ini adalah sebagai berikut:

1) Observasi

Observasi adalah teknik pengumpulan data melalui pengamatan atau peninjauan secara langsung ke tempat penelitian oleh peneliti untuk memperoleh data yang ada.

2) Wawancara

Wawancara dilakukan dengan Bapak Sudarmanta selaku pemilik Rumah Makan Ayam Panggang EssPass. Data didapatkan berdasarkan daftar pertanyaan yang diajukan terkait lokasi, produk masakan EssPass, strategi pemasaran dan konsumen.

3) Dokumentasi

Data hasil dokumentasi berupa foto-foto yang diambil di lokasi, antara lain produk masakan Rumah Makan Ayam Panggang Ess Pass, suasana di dalam dan di luar toko.

Dalam proses pengumpulan data untuk perancangan media *booth* ini, peneliti mula-mula melakukan observasi ke lokasi penelitian. Setelah itu wawancara dilaksanakan dengan pemilik usaha, dilanjutkan dengan proses dokumentasi.

Data tertulis (verbal) dan gambar (visual) mengenai produk Rumah Makan Ayam Panggang Ess Pass diperoleh dari berbagai macam sumber. Data verbal didapat selain dari hasil wawancara dengan sumber primer, juga berasal dari, buku

dan internet. Sedangkan data visual diperoleh dari foto-foto dan data lain mengenai dari internet.

3. Alat/ Instrumen

Instrumen yang digunakan dalam pengumpulan data verbal adalah *note book*, bolpoin dan *recorder*. Sedangkan instrumen dalam pengumpulan data visual adalah *camera digital* dengan teknik dokumentasi.

Proses pembuatan desain dikerjakan antara lain menggunakan perangkat manual misalnya pensil, *drawing book*, dan *drawing pen*. Selain itu juga menggunakan perangkat komputer diantaranya *hardware* (perangkat keras) berupa komputer, *digital camera*, dan *scanner*, serta *software* (perangkat lunak) berupa program grafis *Adobe Photoshop CS 5*, *Corel Draw X6*, *Google SketchUp 8*, dan *software Microsoft Word*. Proses *finishing* dilakukan dengan sistem *digital printing*.

4. Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam perancangan ini adalah Analisis SWOT. Menurut Philip Kotler dan Gary Amstrong (2008: 64), mengelola fungsi pemasaran diawali dengan analisis menyeluruh dari situasi perusahaan. Pemasaran harus melakukan analisis SWOT (*SWOT Analysis*), di mana ia menilai kekuatan (*Strenghts* (S)), kelemahan (*weakness* (W)), peluang (*Opportunities* (O)) dan ancaman (*Threats* (T)). Kekuatan meliputi kemampuan internal, sumber daya dan faktor situasional positif yang dapat membantu perusahaan melayani pelanggannya dan mencapai tujuannya. Kelemahan meliputi keterbatasan internal dan faktor situasional negatif yang dapat menghalangi performa perusahaan.

Peluang adalah faktor atau tren yang menguntungkan pada lingkungan eksternal yang dapat digunakan perusahaan untuk memperoleh keuntungan. Sedangkan ancaman adalah faktor pada lingkungan eksternal yang tidak menguntungkan yang menghadirkan tantangan bagi performa perusahaan.

Berikut adalah penjabaran analisis SWOT berdasarkan faktor internal dan eksternal yang dimiliki oleh Rumah Makan EssPass:

1) *Strengths* (kekuatan)

- (a) Produk yang ditawarkan Rumah Makana Ayam Panggang Ess Pass berbeda dengan rumah makan lain dari segi bahan, dan rasa. Rumah Makan ini menjual produk olahan dari ayam kampung yang terkenal dengan kelezatannya.
- (b) Harga yang ditawarkan tergolong murah sehingga bisa dijangkau oleh segala kalangan.
- (c) Rasa masakan yang enak dan berbeda dengan rumah makan lain.
- (d) Pemakaian bahan baku ayam kampung merupakan pilihan cerdas mengingat masih jarang ditemukan dengan mudah dan enak.
- (e) Lokasi Rumah Makan Ayam Panggang Ess Pass terletak dipinggir jalan raya Srandakan yang sangat ramai sehingga memungkinkan banyak pengguna jalan melihat Rumah Makan Ayam Panggang Ess Pass.
- (f) Dari segi pemasaran, Rumah Makan Ayam Panggang Ess Pass telah lama dikenal sehingga memiliki pelanggan yang tetap.

2) *Weakness* (kelemahan)

- (a) Penataan tempat yang belum terkesan menarik masih sama dari dulu.

- (b) Rumah Makan Ayam Panggang Ess Pass belum memiliki media promosi cetak yang efektif, seperti *neon-box*, *roll banner* sehingga masih ada yang belum mengetahui keberadaan rumah makan ini.
- (c) Perlu penambahan menu masakan lain agar pelanggan tidak bosan.

3) Opportunities (peluang)

- (a) Di sepanjang Jl. Srandakan, kita bisa menemukan beberapa rumah makan, namun belum ada yang menjual produk ayam yang sama. Rumah Makan Ayam Panggang Ess Pass adalah pelopor masakan ayam kampung di wilayah tersebut.
- (b) Posisi Rumah Makan Ayam Panggang Ess Pass sangat strategis karena terletak dekat jalan raya.
- (c) Rumah Makan Ayam Panggang Ess Pass memiliki banyak pelanggan tetap.
- (d) Selain itu Rumah Makan Ayam Panggang Ess Pass memiliki dapur pusat, sehingga cabang EssPass lain memiliki rasa yang sama.
- (e) Ciri khas rasa masakan Rumah Makan Ayam Panggang Ess Pass dapat dilihat dari pengolahan ayam dengan bumbu istimewa yang sangat berbeda dengan rumah makan lain.

4) Threats (ancaman)

- (a) Rumah makan lain yang serupa dengan produk Rumah Makan Ayam Panggang Ess Pass.
- (b) Restoran cepat saji yang mulai banyak bermunculan saat ini.
- (c) Rumah makan di sepanjang Jl. Srandakan yang lebih murah daripada Rumah Makan Ayam Panggang Ess Pass.

5. Langkah Perancangan

Langkah perancangan lebih mengacu pada kreatifitas dan kemampuan menyajikan gagasan baru dan inovatif, terhadap data yang telah diperoleh di lapangan, selanjutnya strategi kreatifnya adalah memfokuskan apa yang harus dikomunikasikan kepada *audience* atau penerima pesan.

Tolok ukur dari perancangan media pengembangan promosi Rumah Makan Ayam Panggang Ess Pass ini adalah faktor efektivitas dan efisiensi dari media yang digunakan setelah data dari lapangan terkumpul dan siap untuk diolah, sehingga langkah selanjutnya adalah:

- 1) Melakukan studi bentuk dan pengkajian data atau disebut juga *idea layout* (layout gagasan), terkait dengan perancangan media desain dan media yang akan digunakan.
- 2) *Brain stroming* membuat sketsa awal atau *rough layout*, berdasarkan unsur AIDA (*Attention, Interest, Desire, Action*) yaitu: Perhatian, Menarik, Keinginan, dan Tindakan, dari gagasan yang telah direncanakan.
- 3) Setelah konsep ditentukan dan seluruh ide telah dikembangkan, maka dibuat *layout* secara lengkap, dapat juga dikatakan sebagai *complete layout*, yang bersifat sebagai sebuah jawaban atau solusi terhadap masalah yang dihadapi, *layout* sudah dalam bentuk jadi yang dapat dilihat dan dipahami konsepnya.

6. Perencanaan Media

1. Tujuan Media

Setelah dianalisis menggunakan metode SWOT, maka langkah selanjutnya yakni menentukan media dan tujuan media tersebut. Media yang akan dibuat berupa media utama (*prime media*) dengan memilih media *booth*, dan media penunjang (*supporting media*) diantaranya *packaging*, *hanging display*, *display number*, iklan *display*, *roll banner*, *neon-box*, nota, kartu nama, seragam, papan nama, dan *mobile branding*.

Tujuan perancangan media adalah agar Rumah Makan Ayam Panggang Ess Pass dapat lebih dikenal oleh masyarakat Bantul pada khususnya dan Yogyakarta pada umumnya, karena dengan perancangan media promosi yang efektif maka penjualan Rumah Makan Ayam Panggang Ess Pass akan lebih meningkat.

2. Strategi Media

Sasaran media promosi yang dirancang adalah masyarakat Bantul pada khususnya dan Yogyakarta pada umumnya. Media promosi yang digunakan adalah:

a) Booth

1) Efektivitas Media

Mudah dilihat dan diingat oleh calon konsumen maupun pelanggan karena dengan bentuknya yang sangat menarik dan ukuran yang relative besar memudahkan untuk diingat. Penggunaan warna yang cerah sangat membantu dalam menarik perhatian.

2) *Review Media*

Media ini akan ditempatkan dibagian depan dari rumah makan untuk tempat menyiapkan makanan. Secara langsung dapat dilihat oleh konsumen yang datang dan menarik perhatian bagi masyarakat yang lewat.

b) *Neon- Box*

1) Efektivitas Media

Neon- Box sangat efektif untuk memberikan informasi mengenai eksistensi dan lokasi Rumah Makan Ayam Panggang Ess Pass karena berguna baik di malam hari. Tata letak di depan yang akan membuat Rumah Makan Ayam Panggang Ess Pass makin dikenal masyarakat sekitar dan pengguna jalan lainnya

2) *Review Media*

Neon-box ini ditempatkan di depan sehingga dapat difungsikan pula sebagai penanda keberadaan Rumah Makan EssPass di malam hari. Sifatnya permanen selama Rumah Makan Ayam Panggang Ess Pass masih berada di lokasi tersebut.

c) *Nota*

1) Efektivitas Media

Selain untuk bukti pembayaran nota ini berfungsi sebagai daftar menu sehingga menghemat pembuatan buku menu dan memudahkan dalam pembukuan transaksi yang dilakukan.

1) *Review Media*

Dibuat efisien sebagai bukti pembayaran dan daftar menu dalam tampilan format *portrait* yang berisi daftar menu dan harga untuk memudahkan konsumen memilih dengan mengetahui langsung harga yang tercantum.

d) Iklan *Display*

1) Efektivitas Media

Iklan ini akan dimasukkan ke salah satu koran di Yogyakarta, yaitu KR (Kedaulatan Rakyat). Koran KR adalah salah satu media massa yang dinilai paling kredibel dalam memuat berita dan terkenal di segala kalangan baik bawah, menengah dan atas. Peluang iklan dalam koran sangat tinggi karena ketika seseorang jenuh membaca artikel dalam koran, maka akan mengalihkan pandangannya pada iklan, bahkan beberapa orang membaca koran hanya untuk mendapatkan informasi tentang suatu hal pada iklan. Untuk itu, apabila iklan mengenai rumah makan dimuat dalam harian ini, maka kemungkinan promosi rumah makan akan meluas di masyarakat.

2) *Review Media*

Iklan ditampilkan di media massa sebanyak 2 kali dalam sebulan, pemilihan jadwal kemunculan iklan tersebut bertujuan agar usaha promosi menjadi lebih maksimal dan pembaca dapat mengingat Rumah Makan Ayam Panggang Ess Pass.

d) *Packaging*

1) Efektivitas Media

Dapat memberikan informasi secara langsung jika mereka membawa pulang produk Rumah Makan Ayam Panggang Ess Pass. Memberikan kesan yang berdeba dengan produk lainnya. Selain itu, dengan adanya *packaging* mampu memberikan identitas produk Rumah Makan EssPass

2) *Review Media*

Media ini akan diberikan kepada konsumen yang membawa pulang atau membungkus makannya. Dengan jumlah *packaging* yang dibuat mengikuti pasar.

e) *Kartu Nama*

1) Efektivitas Media

Merupakan media yang sangat informasi dalam wujud yang kecil, selain itu kartu nama adalah media yang efektif digunakan pada saat berkenalan dengan rekan bisnis atau klien.

2) *Review Media*

Kartu nama ini dibuat unik namun elegan dengan informasi mengenai nama, nomor telepon dan alamat pemilik rumah makan. Diberikan secara cuma-cuma pada pelanggan dan rekan bisnis.

f) *Display Number*

1) Efektivitas Media

Memberikan informasi langsung pada konsumen untuk menemukan tempat duduk mana yang akan digunakan tanpa harus malu untuk bertanya.

2) *Review Media*

Diletakan pada tempat yang mudah dilihat oleh konsumen dengan warna yang jelas.

g) Papan Nama

1) Efektivitas Media

Papan nama dapat menjadi media promosi yang efektif karena keberadaannya dapat menunjang eksistensi Rumah Makan Ayam Panggang Ess Pass, terutama saat masyarakat melihat media promosi ini.

2) *Review Media*

Media ini akan dipasang seiring dengan *neon-box*, karena media ini merupakan pengenalan, memberikan informasi utama pada masyarakat. Jika *neon-box* menjangkau konsumen dari kejauhan, maka papan nama merupakan sarana untuk meyakinkan konsumen untuk datang.

h) Seragam

1) Efektifitas Media

Media ini tidak hanya berfungsi sebagai baju namun juga bisa memberikan ciri khas atau identitas bagi Rumah Makan Ayam Panggang Ess Pass.

2) *Review Media*

Seragam ini dibuat berdasarkan jumlah pegawai Rumah Makan Ayam Panggang Ess Pass. Dibuat 1 paket kemudian dibagikan pada seluruh karyawan.

j) Roll Banner

1) Efektivitas Media

Dinilai efektif karena ukurannya yang tidak terlalu kecil, dan tidak terlalu besar. Selain itu mudah dibawa dan ringan sehingga praktis. Bentuknya yang memanjang dengan format *portrait* memungkinkan orang dapat membaca iklan yang dimuat di dalamnya dengan cepat.

2) Review Media

Roll Banner ini akan diletakkan di dalam atau di pintu masuk Rumah Makan Ayam Panggang Ess Pass dibuat dengan desain yang unik, antara lain warna dan *tagline* yang mencolok.

k) Hanging Display

1) Efektivitas Media

Hanging Display merupakan sebuah alat pajangan yang bergerak apabila terkena angin, penempatannya secara digantung. Mudah dilihat dari kejauhan dan menarik.

2) Review Media

Menampilkan produk olahan dari Rumah Makan Ayam Panggang Ess Pass yang dapat dilihat saat menikmati makanan.

l) Mobile Branding

1) Efektivitas Media

Selain sebagai pengangkut barang, mobil yang diberi *mobile branding* juga berfungsi sebagai sarana iklan berjalan, sehingga lingkup promosi menjadi lebih luas, karena semua orang dapat melihat mobil dengan *mobile branding* tersebut.

2) Review Media

Pemasangan branding pada badan mobil menggunakan *blocking sticker*, jenis *sticker vynil* dengan permukaan *solid* (tidak transparan) dengan desain yang unik dan menarik untuk memberikan identitas Rumah Makan Ayam Panggang Ess Pass.

7. Program media

Program media promosi ini akan dilaksanakan dalam periode 1 tahun yaitu tahun 2013-2014. Produksi media baik utama dan penunjang pada awalnya akan dilakukan bersama-sama. Selanjutnya, beberapa media seperti nota, dan kartu nama akan terus diproduksi sesuai dengan frekuensi penggunaan media tersebut dan akan diatur melalui strategi yang tepat. Hal tersebut agar loyalitas pelanggan akan produk Rumah Makan Ayam Panggang Ess Pass tetap terjaga.

a. Pelaksanaan Program Media

Pelaksanaan program media Rumah Makan Ayam Panggang Ess Pass dilaksanakan dengan estimasi waktu dalam jangka satu tahun dengan pengaturan pengedaran agar tercipta komunikasi yang informatif, efektif dan efisien.







Pelaksanaan program media utama berupa *booth* akan di tempatkan di Rumah Makan Ayam Panggang Ess Pass terlebih dahulu. Hal ini dilakukan untuk melihat keadaan pasar yang tidak menutup kemungkinan dikemudian hari akan menempatkan *booth* didalam mall atau tempat yang terdapat banyak aktifitas masyarakat agar memudahkan dalam mendapatkan produk Rumah Makan Ayam Panggang Ess Pass dengan mudah. Kemudian media penunjang berupa *neon-box* dan papan nama akan dipasang di bagian samping dan depan rumah makan,

sehingga memungkinkan banyak pengguna jalan yang melewati jalan Srandakan akan mengetahui keberadaan Rumah Makan EssPass, hal ini dilaksanakan terlebih dahulu mengingat penanda lokasi. Langkah selanjutnya memproduksi media *packaging*, *hanging display*, iklan *display*, kartu nama, *display number*, seragam, *roll banner* dan terakhir *mobile branding*. Berikut tabel 1 berupa program media perancangan media promosi:





























































Tabel 1: **Program Media Perancangan**

**Tabel Program Media
Perancangan Media Promosi
Rumah Makan ayam Panggang EssPass**

1) Pelaksanaan Program Media Utama (*Prime Media*)

No.	Nama Media	Bulan					
		Jan-Feb	Mar-Apr	Mei-Juni	Juli-Agsts	Sept-Okt	Nov-Des
1.	<i>Booth</i>						

2) Pelaksanaan Program Media Penunjang (*Supporting Media*)

No.	Nama Media	Bulan					
		Jan- Feb	Mar- Apr	Mei- Juni	Juli- Agsts	Sept- Okt	Nov- Des
1.	<i>Neon-Box</i>						
2.	Nota						
3.	Iklan <i>Display</i>		-		-		-
4.	<i>Packaging</i>						
5.	Kartu Nama						
6.	<i>Display Number</i>						
7.	Papan Nama						
8.	Seragam		-		-		-
9.	<i>Roll Banner</i>						
10.	<i>Hanging Display</i>						
11.	<i>Mobile Branding</i>						

b. Estimasi Biaya Media

Berikut perincian estimasi biaya media promosi:

Tabel 2: **Estimasi Biaya**1) Estimasi Biaya Media Utama (*Prime Media*)

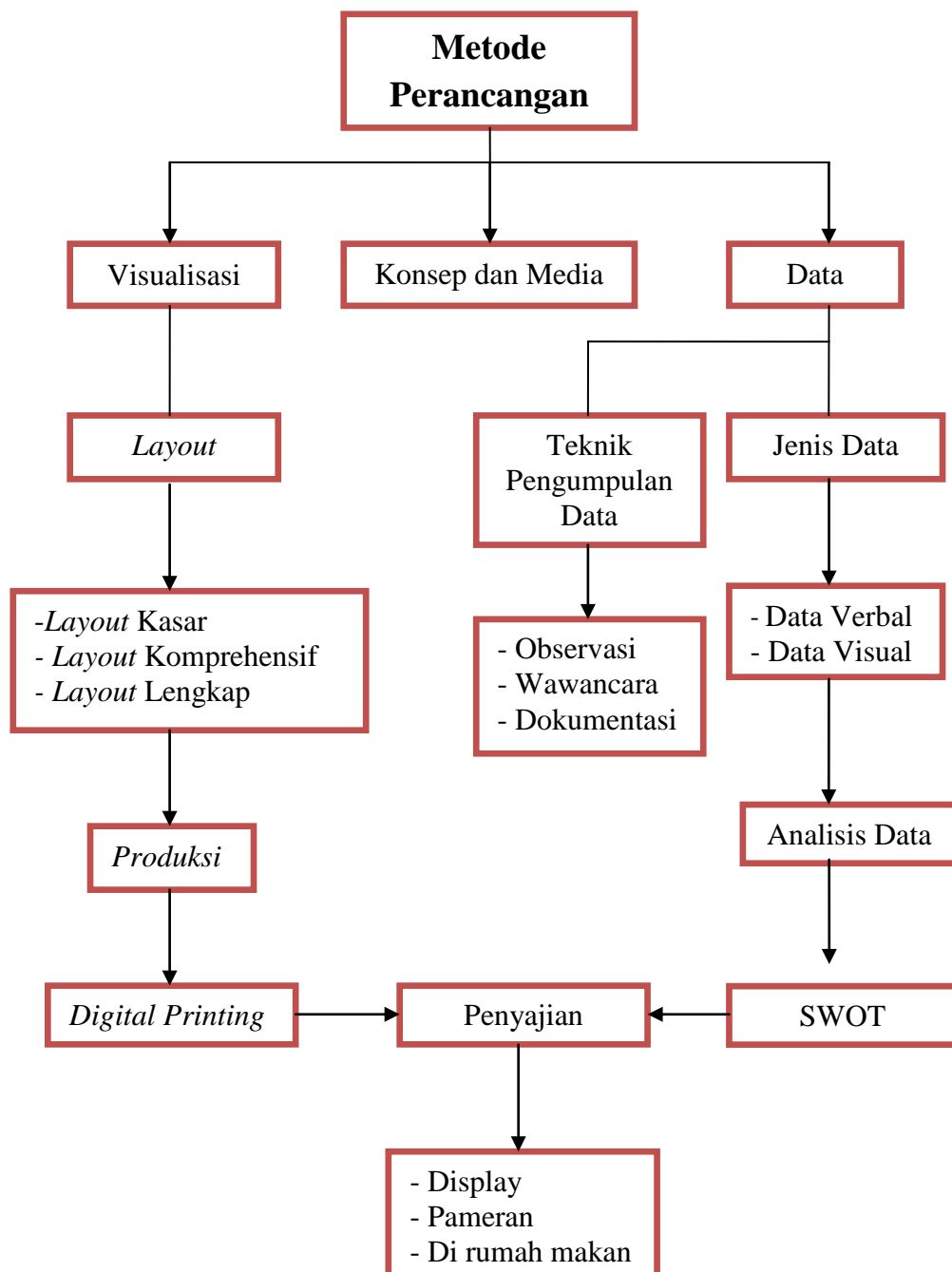
No.	Jenis Media	Ukuran	Jumlah Produk	Estimasi Biaya
1.	<i>Booth</i>	280 x 75 x230cm	1 unit	Rp 5.500.000,-
Jumlah				Rp 5.500.000,-

2) Estimasi Biaya Media Penunjang (*Supporting media*)

No.	Jenis Media	Ukuran	Jumlah Produk	Estimasi Biaya
1.	<i>Neon-Box</i>	125 x 80 cm Tinggi 4,2 m	1 buah	Rp. 1.500.000,-
2.	Nota	9 x 15 cm	1 rim	Rp. 150.000,-
3.	Iklan Display	15 x 10 cm	1 buah	Rp. 4.000.000,-
4.	<i>Packaging</i>	18,5 x 14 cm	1 rim	Rp. 1.500.000,-
5.	Kartu Nama	5,5 x 9 cm	2 box	Rp. 50.000,-
6.	<i>Display Number</i>	7 x 10 cm	10 buah	Rp. 170.000,-
7.	Papan nama	120 x 80 cm	1 buah	Rp. 250.000,-
8.	Seragam	All Size	8 buah	Rp. 350.000,-
9.	<i>Roll Banner</i>	60 x 160 cm	1 buah	Rp. 250.000
10.	<i>Hanging Display</i>	40 x 60 cm	10 buah	Rp. 50.000,-
11.	<i>Mobile Branding</i>	Full Body	1 unit	Rp. 1.500.000,-
Jumlah				Rp 9.770.000, -

8. Skema Perancangan

Perancangan disusun secara sistematis agar dapat menghasilkan karya yang terencana dan maksimal. Berikut adalah skema metode perancangan:



BAB III

VISUALISASI DAN PEMBAHASAN DESAIN

A. Konsep

1. Konsep Perancangan

Konsep perancangan media *booth* sebagai pengembangan promosi Rumah Makan Ayam Panggang Ess Pass ini adalah “minimalis”, langkah pertama dalam konsep ialah menentukan pendekatan desain, yaitu dengan gaya desain yang tidak terlalu rumit namun terlihat menarik dan mampu menampilkan warna-warna cerah dan mencolok yang disesuaikan dengan identitas rumah makan.

Pendekatan yang tidak kalah penting adalah ilustrasi, ilustrasi yang dipakai dalam konsep perancangan media *booth* Rumah Makan Ayam Panggang Ess Pass berupa foto produk makanan dan elemen yang menunjukkan identitas rumah makan. Ilustrasi berupa foto antara lain ayam panggang dan ayam goreng yang menjadi masakan andalan rumah makan, sedangkan bentuk deformasi ayam kampung dan rumah makan dipilih sebagai maskot dan logo yang digunakan secara dominan pada desain Rumah Makan Ayam Panggang Ess Pass.

Gaya bahasa yang digunakan dalam perancangan media promosi ini adalah bahasa yang mudah dipahami oleh masyarakat, hal ini bertujuan untuk menciptakan suasana sugestif sehingga calon konsumen tertarik untuk datang dan membeli produk Rumah Makan Ayam Panggang Ess Pass.




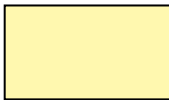
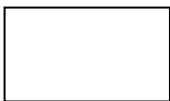

Semua pendekatan tersebut merupakan bagian konsep yang bertujuan untuk menciptakan media promosi yang efektif, efisien, kreatif, dan komunikatif

sebagai identitas produk yang berbeda dari produk yang lain. Selain itu agar *audience* tertarik untuk melihat informasi pada media yang telah dirancang.

2. Strategi Konsep

Strategi yang digunakan untuk menyusun elemen-elemen desain dalam tiap media promosi Rumah Makan EssPass, antara lain dengan menentukan warna identitas.

a) Warna yang digunakan:

	
Merah	Merah Marun
C: 0, M: 100, Y: 100, K: 0	C: 30, M: 100, Y: 100, K: 45
	
Kuning	Kuning Muda
C: 0, M: 0, Y: 100, K: 0	C: 0, M: 0, Y: 40, K: 0
	
Putih	Hitam
C: 0, M: 0, Y: 0, K: 0	C: 50, M: 50, Y: 50, K: 100

Warna merah merupakan identitas Rumah Makan Ayam Panggang Ess Pass, merah dipilih karena warna ini dapat memberikan kesan hangat dan berani, oleh karena itu warna ini menjadi warna kunci (*key colour*) dan akan diaplikasikan secara dominan pada setia media.

Pada perancangan media promosi Rumah Makan Ayam Panggang Ess Pass, terdapat beberapa tingkat warna merah, diantaranya merah dan merah marun.

b) *Font*

Jenis *font* yang digunakan untuk penyusunan pesan dalam aplikasi perancangan media promosi Rumah Makan Ayam Panggang Ess Pass adalah jenis huruf *Brannboll Fet* sebagai *headline*, *Blessed Day*, *Kristen ITC* sebagai *Body Copy*, serta *ArmyChalk*, *Calibri* dan *AriaScriptSSi* sebagai *Signature* atau untuk mendeskripsikan penjelasan mengenai produk Rumah Makan EssPass.

1) *Brannboll Fet*:



Jenis huruf ini adalah termasuk keluarga *calligraphy lettering* atau *hand drawing* dimana tampilannya terlihat ekspresif. Huruf ini dipilih karena memiliki penampilan yang lentur membuatnya terlihat santai dan nyaman ketika dibaca (*legibility*).

2) *Blessed Day*:



Font ini bentuknya tebal tipis, tidak berkaki, sehingga memancarkan kesan non-formal, elegan, akrab, dan gampang dibaca.

3) *Kristen ITC*:

Special Ayam Panggang dan Ayam Goreng

Huruf ini dipilih karena bentuknya yang ramping dan tidak berkaki, sehingga memiliki tingkat keterbacaan huruf yang cukup jelas, terlihat santai menyerupai huruf yang ditulis dengan tangan atau *hand drawing*.

4) *ArmyChalk*:

AYAM KAMPUNG

Bentuk huruf yang terkesan tidak rapi namun tegas ini dipilih untuk mendapatkan kesan yang berdeda dari huruf yang lain, dimaksudkan untuk menonjolkan keunggulan produk.

5) *AriaScriptSSi*:

Special!

Font yang bentuknya tebal tipis, tidak berkaki, miring (*italic*) dinamis, sehingga memancarkan kesan non-formal, elegan, akrab, dan gampang dibaca.

6) *Calibri*:

Jl. Srandakan Km 2 Palbapang Bantul

Font yang tidak memiliki kaki namun terkesan tegas, mampu memberikan informasi secara jelas.

c) *Layout*

Layout yang digunakan dalam perancangan desain promosi ini menggunakan keseimbangan simetris (formal) dan asimetris (informal) agar tidak terkesan monoton.

B. Visualisasi Desain

Logo memiliki peran yang sangat penting untuk menentukan identitas pada Rumah Makan Ayam Panggang Ess Pass agar mudah dikenal masyarakat.

Logo Rumah Makan Ayam Panggang Ess Pass merujuk pada sebuah betuk rumah makan tersebut, yaitu atap dari rumah makan. Logo ini dipilih karena cukup mewakili bahwa usaha ini dimulai dari usaha rumahan, alasan pemilihan atap rumah dikarenakan logo ini mampu memberikan kesan minimalis.

1. Perancangan Logo:

Perancangan Logo Rumah Makan Ayam Panggang Ess Pass dianalisis dari tempat dan cara penataan rumah makan yang masih menggunakan gaya lesehan maka mendapatkan ide untuk membuat logo menggunakan bentuk atap rumah yang akan memberikan kesan santai dalam menyambut konsumen untuk datang. Selain itu bentuk atap yang akan dipakai sangat cocok bila dipadukan dengan nama Rumah Makan Ayam Panggang Ess Pass yang memberikan ciri khas daerah jogja yaitu rumah joglo.

a) Studi Bentuk atap rumah



Gambar XI



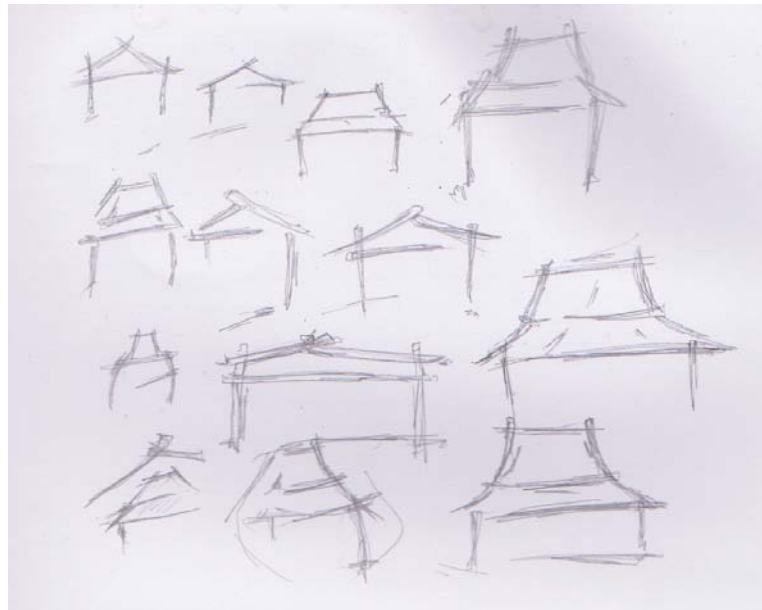
Gambar XII

Gambar XI: **Rumah Makan Ayam Panggang Ess Pass**
(Sumber: Dokumentasi pribadi)

Gambar XII: **Bentuk atap joglo**
(Sumber: www.puripurboyo.com, diunduh tanggal 15 April 2013)

Perancangan media promosi Rumah Makan Ayam Panggang Ess Pass ini menggunakan tiga jenis pendekatan yaitu *rough layout*, *comprehensive layout* dan *complete layout*.

a) *Rough Layout*:



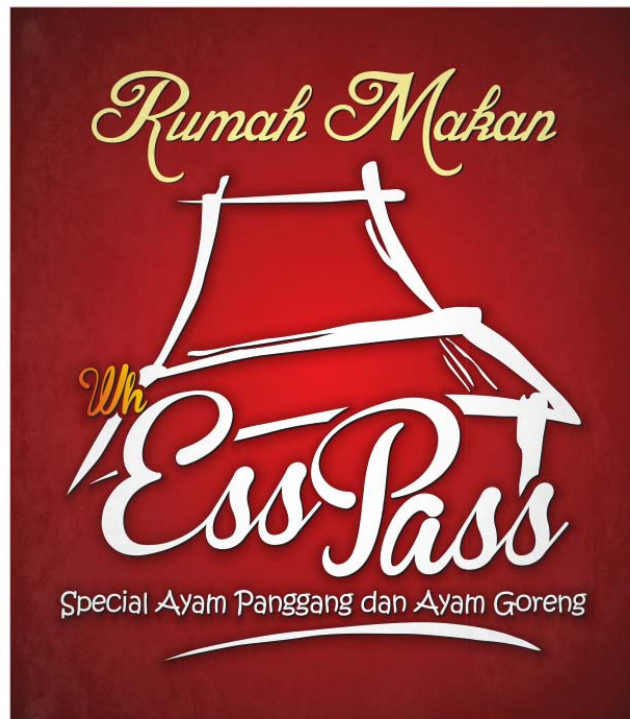
Gambar XIII: ***Rough layout logo***
(Sumber: Dokumentasi pribadi)

b) *Comprehensive Layout*:



Gambar XIV: ***Comprehensive layout logo***
(Sumber: Dokumentasi pribadi)

c) *Complete Layout*:



Gambar XV

Gambar XV: ***Complete layout logo versi full colour***
(Sumber: Dokumentasi pribadi)

Logo Rumah Makan Ayam Panggang Ess Pass menggunakan pendekatan bentuk atap rumah yang menarik yaitu joglo Jogja, simple dan mudah diingat oleh masyarakat. Visualisasinya berupa bentuk atap yang dibuat dengan bentuk sederhana namun menarik ketika dilihat. Secara fisik, penciptaan logo Ess Pass didasarkan pada referensi nama rumah makan pada gambar 11. Sedangkan pada perancangan logo Ess Pass diberi sedikit inovasi dengan penambahan bentuk atap rumah dan memakai warna putih. Logo Ess Pass dirancang sedemikian rupa dengan pertimbangan sbb:

- 1) Dilihat dari bentuk huruf yang dipakai untuk nama Ess Pass terlihat sangat elegan dengan bentuk yang tidak bersiku pada sudutnya, yang bermaksud mengindikasikan sikap santai namun serius dalam mengayomi dan memberikan kenyamanan pelayanan maupun masakan kepada pelanggan. Bentuk atap yang dibuat dengan tidak terlalu mellihatkan bentuk aslinya hanya berupa semacam hasil goresan kuas yang lentur. Penyusunan secara simetris antara nama dan bentuk atap yang berada di atasnya menggambarkan sikap ramah dan mampu memberikan yang terbaik oleh Rumah Makan Ayam Panggang Ess Pass pada para pelanggan. Penambahan huruf “wh” didepan kata Ess Pass untuk mempertegas bahwa Ess Pass mampu memberikan rasa masakan yang pas, dan juga harga yang pas.
- 2) Ditinjau dari segi warna, pada bagian atas yang bertuliskan “Rumah Makan” menggunakan warna kuning muda mencerminkan harapan yang tulus untuk memberikan yang terbaik bagi pelanggan. Pemakaian warna putih lebih mendominasi logo selain agar menonjolkan logo tersebut terlihat jelas, juga memberikan kesan bersih, kecermatan pengolahan masakan dalam setiap pelayanan yang diberikan kepada pelanggan, sedangkan pemberian bayangan hitam menunjukan kekuatan kebersamaan dalam perusahaan. Semangat yang dilakukan untuk memuaskan pelanggan terwujud dalam huru “wh” yang memakai warna kuning bercampur dengan merah. Pada *background* mengaplikasikan berupa warna merah gradasi yang ditambah dengan pemberian tekstur yang transparan dengan arah memusat, supaya perhatian *audience* langsung terfokus dan menunjukan keberanian, kehangatan sekaligus

pantang menyerah Rumah Makan Ayam Panggang Ess Pass yang dapat menumbuhkan kepercayaan pada setiap pelanggan.

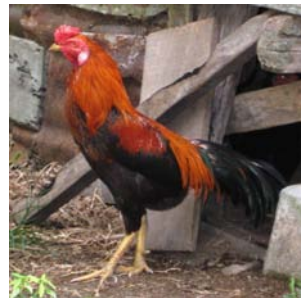
2. Perancangan Maskot:

Perancangan Maskot Rumah Makan Ayam Panggang Ess Pass dianalisis dari bahan baku yang digunakan oleh Rumah Makan Ayam Panggang Ess Pass yaitu ayam kampung, maka mendapatkan ide untuk membuat maskot menggunakan figur ayam kampung yang dapat menunjukkan identitas rumah makan tersebut.

a) Studi Bentuk ayam kampung



Gambar XVI



Gambar XVII



Gambar XVIII

Gambar XVI: **Ayam kampung,**

(Sumber: www.cikupa.olx.co.id, diunduh tanggal 24 April 2013)

Gambar XVII: **Ayam kampung jantan,**

(Sumber: www.curusetra.wordpress.com, diunduh tanggal 24 April 2013)

Gambar XVIII: **Karakter kartun Foghorn Leghorn Looney Tones**

(Sumber: www.kartunsia.blogspot.com, diunduh 24 April 2013)

b) *Rough Layout*:



Gambar XIX: ***Rough layout maskot***
(Sumber: Dokumentasi pribadi)

c) *Comprehensive Layout*:



Gambar XX: ***Comprehensive layout maskot***
(Sumber: Dokumentasi pribadi)

d) *Complete Layout:*



Gambar XXI

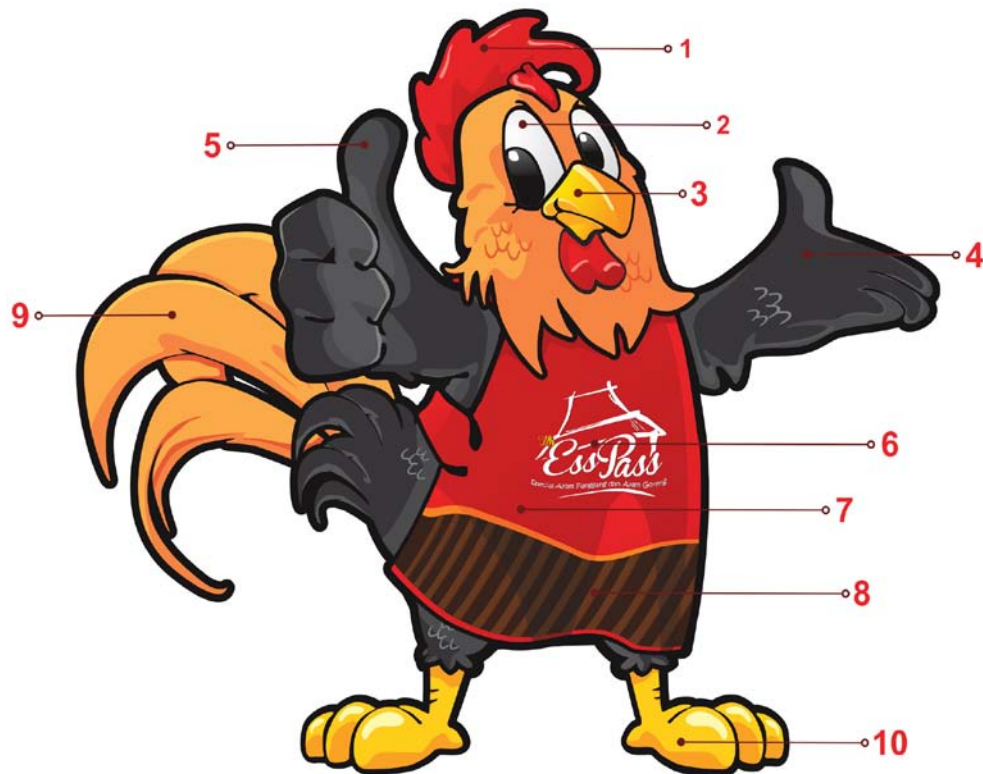


Gambar XXII

Gambar XXI: *Complete layout maskot versi full colour*,
 Gambar XXII: *Complete layout maskot versi grayscale*
 (Sumber: Dokumentasi pribadi)

Maskot utama Rumah Makan Ayam Panggang Ess Pass menggunakan pendekatan kartun agar tercipta karakter yang lucu dan mudah diingat oleh masyarakat. Visualisasinya berupa karakter ayam kampung yang dinamai “siAkang EssPass”, “Akang” diambil dari kata “ayam kampung” sehingga membentuk kata “Akang” sedangkan “Ess Pass” dari nama Rumah Makan Ayam Panggang Ess Pass yang kemudian membentuk lafal “siAkang Ess Pass” yang mudah ketika diucapkan. Secara fisik, penciptaan maskot siAkang Ess Pass didasarkan pada referensi tokoh kartun ayam pada gambar 18. Karakter ayam digambarkan seperti layaknya ayam dengan tubuh berbulu dan tanpa baju. Sedangkan pada perancangan maskot siAkang Ess Pass diberi sedikit inovasi dengan memakai celemek berwarna merah tua dengan penambahan lurik pada bagian bawahnya. Tubuhnya tinggi, berbulu hitam memiliki jambul merah dengan warna kepala dan ekor orange memiliki kaki kuning yang besar. Walaupun

berpenampilan cukup garang, ayam satu ini selalu berwajah ramah yang dapat dilihat dari senyum dan matanya yang lebar, yang menghiasi mukanya. Karakter siAkang Ess Pass dirancang sedemikian rupa dengan pertimbangan sbb:



Gambar XXIII

Gambar XXIII: Maskot siAkang Ess Pass
(Sumber: Dokumentasi pribadi)

Keterangan:

- | | |
|---------------------|---------------------|
| 1. Jambul | 6. Logo rumah makan |
| 2. Mata | 7. Celemek |
| 3. Mulut atau paruh | 8. Motif lurik |
| 4. Tangan kiri | 9. Ekor |
| 5. Tangan kanan | 10. Kaki |

- 1) Dilihat dari anatomi, fisik karakter Akang Ess Pass yang besar mengindikasikan sikap mengayomi dan memberikan kenyamanan, apabila dikaitkan dengan Rumah Makan Ayam Panggang Ess Pass, bermakna selalu berusaha memberikan yang terbaik pada konsumen baik layanan maupun produk yang berkualitas sehingga dapat mempertahankan loyalitas pelanggan. Wajah yang tersenyum menggambarkan sikap ramah yang selalu diberikan Rumah Makan Ayam Panggang Ess Pass pada para pelanggan, mata yang lebar memiliki makna kepedulian terhadap sesama, rasa ingin membantu masyarakat dengan menghadirkan masakan berkualitas. Tangan kanan yang melambangkan kenikmatan masakan dari Rumah Makan Ayam Panggang Ess Pass, serta tangan kiri yang mempersilahkan para calon konsumen untuk datang dan menikmati dengan pelayanan yang ramah. Kaki yang cenderung kokoh besar menunjukan bahwa Rumah Makan Ayam Panggang Ess Pass memiliki pondasi yang kuat dalam persaingan usaha.
- 2) Ditinjau dari segi warna, tubuh Akang Ess Pass berwarna hitam, memiliki makna kekuatan. Rasa optimis akan keberhasilan yang digapai dengan kerja keras disertai semangat pantang menyerah, memiliki harapan menjadi pusat kuliner tercermin dari warna mulut dan jambul dari Akang Ess Pass. Warna kepala dan ekor orange merefleksikan energi dan keseimbangan yang secara maksimal lewat masakan yang dihasilkan. Sedangkan warna merah pada celemek mengindikasikan sikap profesionalisme Rumah Makan Ayam Panggang Ess Pass yang dapat menumbuhkan kepercayaan pada setiap pelanggan.

C. Media Promosi

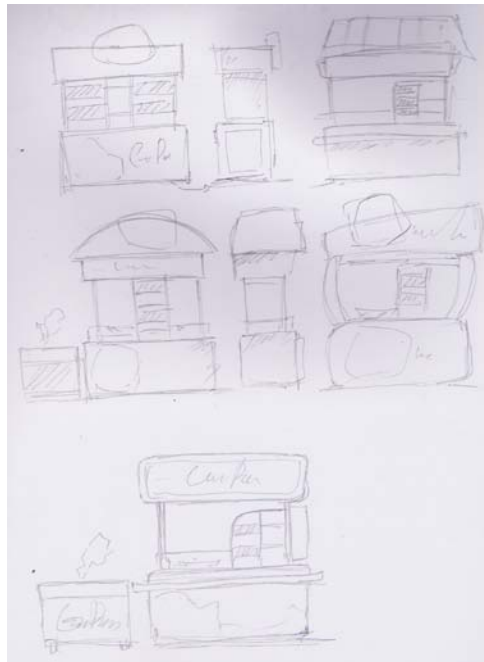
1. Media Utama (*Prime media*)

Media utama menjadi prioritas dalam hal promosi suatu perusahaan karena dianggap paling tepat atau cocok dalam menggapai target tertentu. Media utama yang digunakan dalam perancangan ini adalah *booth*.

a) *Booth*

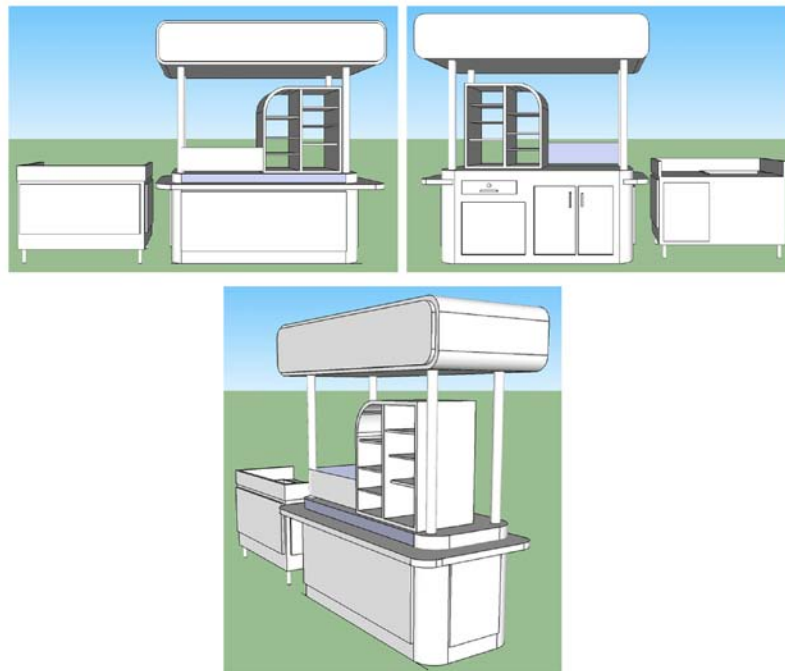
Booth adalah media informasi sekaligus tempat penyimpanan dan penyajian yang bersifat sementara dengan bentuk menyerupai sebuah gerobak yang mendapat variasi dan inovasi bentuk sehingga lebih menarik. Pada perancangan *booth* untuk Rumah Makan Ayam Panggang Ess Pass didesain dengan cukup unik dihiasi maskot Ess Pass dan produk olahannya. Desain *booth* terinspirasi dari bentuk gerobak yang sudah ada di rumah makan tersebut. Perancangan desain *booth* Rumah Makan Ayam Panggang Ess Pass ini melalui 3 tahap, yaitu:

1) *Rough Layout:*



Gambar XXIV: ***Rough layout booth***
(Sumber: Dokumentasi pribadi)

2) *Comprehensive Layout:*



Gambar XXV: ***Comprehensive layout booth***
(Sumber: Dokumentasi pribadi)

1) *Complete Layout:*



Gambar XXVI: *Complete layout booth tampak depan*
(Sumber: Dokumentasi pribadi)



Gambar XXVII: *Complete layout booth tampak belakang*
(Sumber: Dokumentasi pribadi)



Gambar XXVIII: *Complete layout booth tampak samping*
(Sumber: Dokumentasi pribadi)



Gambar XXIX: *Complete layout booth tampak perspektif*
(Sumber: Dokumentasi pribadi)

- (1) Nama Media : *Booth*
- (2) Ukuran : 280 x 75 x 230 cm
- (3) Format : *Landscape*
- (4) Bahan : Besi, plat stenlis, multiplek, kaca, *backlite* dan alat penyinar.
- (5) Keterangan :

a Teks:

1 *Headline*: Ess Pass (Logo).

2 *Subheadline*: -

3 *Body Copy*: -

4 *Signature*: Special ayam kampung

5 *Caption*: Special ayam kampung

6 *Callout*: “Ess Pas (Logo)”, “Ayam Panggang”, “Ayam Goreng”, “Kepala Goreng”, “Ati Ampela Goreng”, “Lalapan + Sambal”.

7 *Closing Word*: -

b Visual/ ilustrasi:

Tampak depan: Bentuk logo yang tidak bersiku memunculkan kesan fleksibel, minimalis dan modern berpadu dengan maskot Akang Ess Pass yang merupakan daya tarik perancangan desain *booth*. Warna dominan merah pada *booth* menandakan identitas Rumah Makan Ayam Panggang Ess Pass. *Background* berwarna merah dengan memberikan ilustrasi api yang membara dengan warna terang yang terkesan memunculkan info utama, berupa logo dan maskot yang seakan-akan mengajak para calon konsumen untuk mendekat,

mencerminkan pelayanan yang ramah dan memuaskan. Kemudian *caption* special ayam kampung berwarna putih dan hitam terkesan menonjol, menunjukkan komitmen Ess Pass menyajikan masakan yang enak dan terjangkau dengan bahan utama yang berbeda dengan rumah makan lain. Sedangkan bagian tengah merupakan bagian untuk menyimpan bahan baku ayam kampung yang akan diolah dengan tempat penyimpanan yang memiliki bentuk tidak bersiku yang terkesan minimalis. Penggunaan material kaca sebagai penutup bagian depannya memudahkan pelanggan melihat produk masakan yang akan diolah, sehingga menimbulkan kepercayaan antara perusahaan dengan pelanggan, sedangkan pada bagian penggorengan menggunakan kaca yang lebih gelap yang berguna sebagai pengaman saat melakukan proses mengoreng. Warna yang digunakan untuk tempat penyimpanan ini adalah merah yang didepannya terdapat logo untuk pemanis. Dibagian bawah masih menggunakan logo dan memunculkan ilustrasi foto beberapa masakan untuk memperlihatkan produk pada *audience*, foto itu dibuat sedemikian rupa dengan proses *cropping*. Pada *background* masih menggunakan ilustrasi api dan warna merah yang dapat menjadikan foto tersebut terlihat lebih menarik. Terdapat sebuah bagian yang menonjol keluar hampir mengelilingi *booth* yang dimaksudkan untuk meletakkan sesuatu seperti piring atau gelas, tentunya dengan bentuk yang mengikuti bentuk dasar *booth* yang tidak memiliki siku tajam sehingga terlihat menarik.

Tampak samping kanan: Pada bagian atas hanya menggunakan logo yang tanpa menggunakan Ilustrasi api maupun foto namun *background*

berwarna merah sehingga terkesan artistik. Bagian tengah terdapat sebuah kotak yang memiliki alat penyinar dari dalam untuk menerangkan secara singkat produk olahan, yang menggunakan ilustrasi foto produk dengan proses *cropping* dan maskot. Peletakan maskot dibagian pojok bawah yang seolah-olah mempersilahkan memilih makanan, kemudian foto produk diatur mengelilingi secara vertical dengan ujung atasnya adalah produk andalan yaitu ayam panggang. Penggunaan warna merah dan kuning bergradasi menghasilkan warna yang menarik, serta penggunaan ilustrasi api sebagai *background* menjadi lebih artistik. Bagian bawah terdapat logo dan menggunakan ilustrasi foto produk yaitu ayam goreng. *Background* merah dan ilustrasi api menjadikan foto menjadi lebih menonjol.

Tampak samping kiri: Pada bagian atas hanya menggunakan logo yang tanpa menggunakan Ilustrasi api maupun foto namun *background* berwarna merah sehingga terkesan artistik sama pada bagian samping kanan. Bagian bawah terdapat logo dan menggunakan ilustrasi foto produk yaitu ayam panggang. *Background* merah dan ilustrasi api menjadikan foto menjadi lebih menonjol.

Tampak belakang: Bentuk yang tidak bersiku memunculkan kesan fleksibel, minimalis dan modern masih digunakan. *Background* berwarna merah dengan memberikan ilustrasi api pada bagian atas. Sedangkan bagian lain tidak terlalu banyak menggunakan ilustrasi karena pada bagian tertentu digunakan sebagai tempat penyimpanan, sehingga bagian belakang lebih dominan menggunakan warna merah saja. Pada bagian bawah terdapat satu

buah laci untuk penyimpanan barang, dan dua buah pintu kecil yang berfungsi sama untuk menyimpan dan meletakkan barang yang berkaitan dengan penjualan.

Bagian pemanggang: Masih menggunakan ilustrasi api dan warna merah namun dalam bagian depan lebih menonjolkan logo yang memiliki ukuran sedikit lebih besar. Bagian atasnya yang menggunakan plat stenlis untuk tempat pemanggangan ayam terkesan bersih dan modern. Pada bagian samping menggunakan foto produk ayam goreng pada bagian samping kiri dan foto ayam panggang pada bagian kanan, sebagai ilustrasi dan *background* warna merah serta ilustrasi api yang sama pada kedua sisinya serta menambahkan logo. Warna merah masih dominan dan tidak menggunakan ilustrasi pada bagian belakang. Terdapat dua buah pintu untuk memudahkan menyimpan atau membersihkan sisa pemanggangan.

c *Font:*

Brannboll Fet, Blessed Day, KritenITC, ArmyChalk, Aria ScriptSSi.

d *Warna:*

Merah (C: 0, M: 100, Y: 100, K: 0), Merah Marun (C: 30, M: 100, Y: 100, K: 45), Putih (C: 0, M: 0, Y: 0, K: 0), Kuning (C: 0, M: 0, Y: 100, K: 0), Hitam (C: 50, M: 50, Y: 50, K: 100).

e *Layout:*

Menggunakan format *landscape*, dengan pembagian ruang antara ilustrasi dan tulisan memakai keseimbangan simetris. Menampilkan bentuk *booth* yang modern. Hal ini bertujuan agar audiens dapat melihat dengan jelas

serta memudahkan untuk melakukan penyajian bagi para karyawan. Terdapat empat tiang penyangga yang terkesan modern menjulang keatas. Pada setiap bagian yang terdapat ilustrasi terlihat lebih menonjol keluar. Pada bagian atas, *background* nampak mengarahkan pandangan ke arah atas untuk membaca *headline*, selain itu warna api yang hampir sama dapat membentuk irama, juga nuansa harmonis. Agar menonjolkan bentuk *booth* dipasanglah objek maskot dan foto produk dengan warna yang kontras, hal ini pula menyiasati proporsi antara bidang dengan keseluruhan. Sebagai *eye-grabber* (pencuri perhatian pelanggan), digunakan ilustrasi, warna dan maskot sehingga memunculkan variasi bentuk yang tidak membosankan.

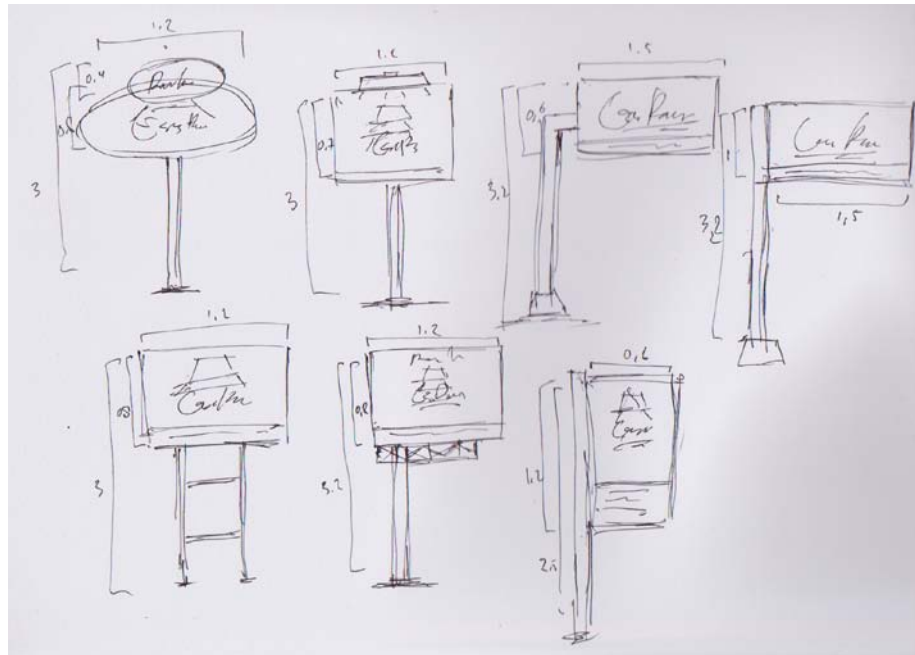
2. Media Pendukung (*Supporting Media*):

Tujuan pembuatan media pendukung adalah memperluas jangkauan promosi dan mempertahankan loyalitas konsumen terhadap perusahaan. Pada perancangan media promosi Rumah Makan Ayam Panggang Ess Pass ini, ada 11 media pendukung, antara lain:

a) *Neon-Box*:

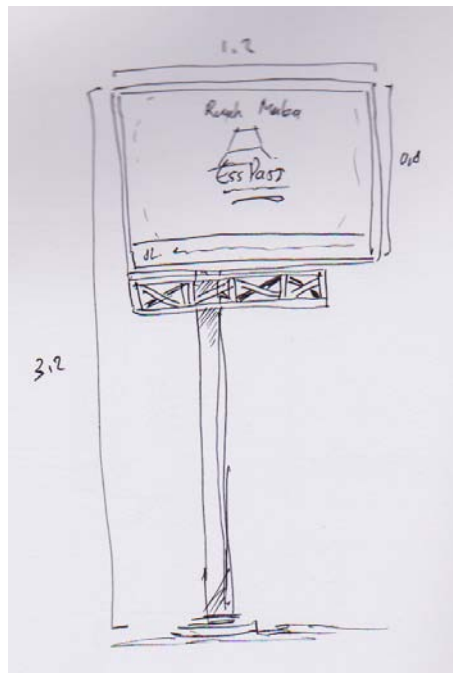
Neon-Box merupakan sebuah media luar ruang untuk menyampaikan pesan kepada *audience*, yang biasanya diletakkan di depan, samping atau bahkan menempel pada dinding. Informasi umumnya mencakup identitas perusahaan, jenis produk yang dihasilkan, alamat, dll. Dalam perancangan media promosi ini, *neon-box* dirancang menggunakan 3 tahap, antara lain:

1) *Rough Layout:*



Gambar XXX: *Rough layout neon-box*
(Sumber: Dokumentasi pribadi)

2) *Comprehensive Layout:*



Gambar XXXI: *Comprehensive layout neon-box*
(Sumber: Dokumentasi pribadi)

2) *Complete Layout:*



Gambar XXXII

Gambar XXXII: *Complete layout neon-box*,
(Sumber: Dokumentasi pribadi)

- | | |
|----------------|---|
| (1) Nama Media | : <i>Neon-Box</i> |
| (2) Ukuran | : 125 x 80 cm, tinggi 420 cm dari permukaan tanah. |
| (3) Format | : <i>Landscape</i> |
| (4) Bahan | : Besi, plat aluminium, pipa sataal, <i>backlite</i> dan alat penyinar. |
| (5) Keterangan | : |

a Teks:

1 *Headline* : Ess Pass (logo)

2 *Subheadline* : Rumah makan

3 *Body Copy* : Special ayam panggang dan ayam goreng

4 *Signature* : -

5 *Caption* : -

6 *Callout* : -

7 *Closing Word* : Jl. Srandakan Km 2 Palbapang Bantul (Depan DPU Bantul)

Tlp. 0821 3826 7777

b Visual/ ilustrasi:

Warna dominan merah menandakan identitas Rumah Makan Ayam Panggang Ess Pass. Warna kuning muda pada teks bagian atas terlihat kontras dengan *background* sehingga menonjolkan isi pesan dan mudah dilihat oleh *audience*.

c *Font*:

Brannboll Fet, Blessed Day, Calibri, Kristen ITC.

d Warna:

Merah (C: 0, M: 100, Y: 100, K: 0), Merah Marun (C: 30, M: 100, Y: 100, K: 45), Kuning muda (C: 0, M: 0, Y: 40, K: 0), Hitam (C: 50, M: 50, Y: 50, K: 100), Putih (C: 0, M: 0, Y: 0, K: 0).

e *Layout*:

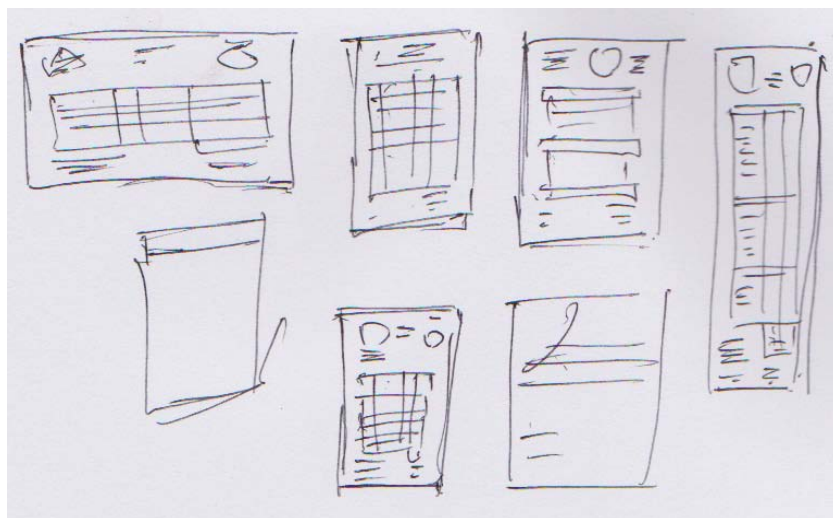
Desain mengutamakan elemen visual berupa logo yang disesuaikan ukurannya berdasarkan proporsi media, dengan format *landscape*. Pembagian ruang secara simetris, sementara pada *background* mengaplikasikan berupa warna terang ke gelap yang ditambah dengan pemberian tekstur yang transparan dengan arah memusat, supaya perhatian *audience* langsung terfokus.

Logo sebagai *point of interest*, dan subjudul berwarna kuning cerah dan mencolok agar terlihat kontras dengan bidang di sekitarnya. Bagian bawah sebagai *Closing Word* menggunakan warna hitam sebagai *background* dan tulisan berwarna putih agar mudah dibaca.

b) Nota:

Nota adalah suatu media yang digunakan sebagai bukti pembayaran atau transaksi yang dilakukan dalam proses jual beli yang didalamnya memuat keterangan jumlah dan jenis barang atau produk yang ditransaksikan. Dalam perancangan media ini, dengan menggunakan nota tidak hanya sebagai bukti transaksi saja, oleh karena itu desainer berinisiatif untuk merancang nota sebagai bukti pembayaran sekaligus sebagai buku menu. Selain bertujuan supaya pemanfaatan nota dapat maksimal, juga memberikan kemudahan dalam pembukuan oleh pihak perusahaan. Tahapan perancangan dibagi menjadi 3, antara lain:

1) *Rough Layout*:



Gambar XXXIII: ***Rough layout nota***
(Sumber: Dokumentasi pribadi)

2) *Comprehensive Layout:*



Gambar XXXIV: *Comprehensive layout nota*
(Sumber: Dokumentasi pribadi)

3) *Complete Layout:*

Rumah Makan
EsoPass
Diakses dari Pordata dan Data Center

NOTA
No. : 0

No. Meja : 0

Alamat : Jl. Srandakan Km 2 Palbapang Bantul (Degan DPU Bantul)
Dapur Pusat : Gecikan 3, Wijeyo, Pindak, Bantul Tlp : 0821 3826 7777

No.	Makanan	Porsi	Harga
1.	Ayam Panggang		9.000
2.	Ayam Goreng Kremes		9.000
3.	Ati Ampela Goreng		6.000
4.	Kepala Ayam Goreng		5.000

No.	Minuman	Porsi	Harga
1.	Teh Panas / Es		2.000
2.	Jeruk Panas / Es		2.000
3.	Lemon Tea Panas / Es		2.000
4.	Kopi		2.000

No.	Nasi & Lalapan	Porsi	Harga
1.	Nasi		2.000
2.	Lalapan		1.000

*Pesanan sudah termasuk sambal

Total 0

Juga Menerima Catering Service
untuk pernikahan, gathering,
rapat, syukuran, pengajian, dll.
Info : Pak Sudar
0821 3826 7777

Hormat Kami,
Terimakasih

Gambar XXXV

Gambar XXXV: *Complete layout nota*
(Sumber: Dokumentasi pribadi)

- (1) Nama Media : Nota
- (2) Ukuran : 9 x 15 cm
- (3) Format : *Portrait*
- (4) Bahan : NCR paper
- (5) Keterangan :

a Teks:

1 *Headline*: “Nota”, “Ess Pass” (logo)

2 *Subheadline*: “EssPass 1 : Jl. Srandakan Km 2 Palbapang Bantul (Depan DPU Bantul)”, “Dapur Pusat : Gesikan 3, Wijirejo, Pandak, Bantul Tlp : 0821 3826 7777”, “No. Meja :”.

3 *Body Copy*: -

4 *Signature*: Ess Pass

5 *Caption*: “No. :”, “*Pesanan sudah termasuk sambal”.

6 *Callout* : “No., Makanan, Porsi, Harga”, “1. Ayam Panggang 9.000, 2. Ayam Goreng Kremes 9.000, 3. Ati Goreng Kremes 6.000 4. Kepala Ayam Goreng 5.000”, “No., Minuman, Porsi, Harga”, “1. Teh Panas / Es 2.000, 2. Jeruk Panas / Es 2.000, 3. Lemon Tea Panas / Es 2.000 4. Kopi 2.000”, “No., Nasi & Lalapan, Porsi, Harga”, “1. Nasi 2.000, 2. Lalapan 2.000”, “Total”.

7 *Closing Word*: “Juga Menerima Catering Service untuk pernikahan, gathering, rapat, syukuran, pengajian, dll. Info : Pak Sudar 0821 3826 7777”, “Hormat Kami,”, “Terimakasih”.

b Visual/ ilustrasi:

Media relatif kecil berformat *portrait* sehingga perancangan desain tidak terlalu ramai dan berisi informasi menu. Penggunaan warna hanya warna merah dengan tingkatan warna lebih muda. Ilustrasi menggunakan logo, maskot sebagai identitas rumah makan, bidang yang memuat informasi berupa garis yang dibuat dengan format tidak begitu formal berwarna merah tanpa motif, dengan susunan berkolom dan logo yang transparan sebagai *background* ditengahnya, bidang elips yang dimodifikasi dengan aksan seperti lingkaran sebagai nomer meja agar terlihat unik, selanjutnya informasi menu yang dibahas, menggunakan warna merah.

c Font:

Brannboll, Blessed Day, Kristen ITC, AriaScriptSSi, Arial Black, Calibri.

d Warna:

Merah (C: 0, M: 100, Y: 100, K: 0).

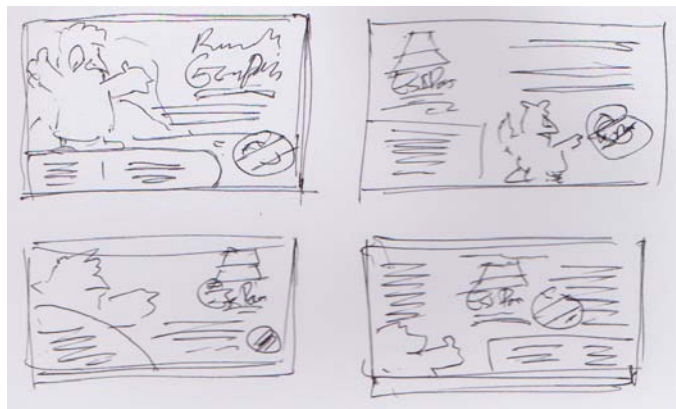
e Layout:

Kesan yang ingin ditimbulkan pada media ini adalah santai. Dengan demikian, pola keseimbangan simetris diterapkan dan disesuaikan dengan format media, yaitu *portrait*. Proporsi ditekankan pada fokus utama, yaitu pemilihan produk. Agar terlihat harmonis, elemen-elemen seperti gambar dan teks menggunakan warna yang hampir sama.

c) Iklan *Display*:

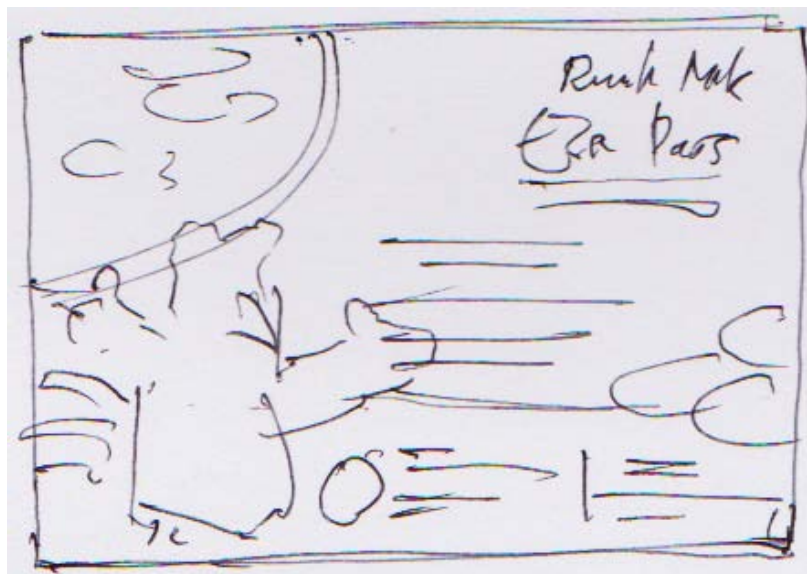
Iklan *display* adalah media berkomunikasi satu arah yang memanfaatkan eksistensi surat kabar/ koran untuk mencapai *audience* tertentu. Perancangan desain iklan *display* dapat dilihat melalui tingkatan penciptaan antara lain *rough layout*, *comprehensive layout* dan *complete layout*:

1) *Rough Layout*:



Gambar XXXVI: *Rough layout iklan display*
(Sumber: Dokumentasi pribadi)

2) *Comprehensive Layout*:



Gambar XXXVII: *Comprehensive layout iklan display*
(Sumber: Dokumentasi pribadi)

3) Complete Layout:



Gambar XXXVIII

Gambar XXXVIII: *Complete layout iklan display*
(Sumber: Dokumentasi pribadi)

- (1) Nama Media : Iklan *display*
- (2) Ukuran : 10 x 15 cm
- (3) Format : *Landscape*
- (4) Bahan : Kertas HVS
- (5) Keterangan :

a Teks:

1 *Headline*: Ess Pass (logo)

2 *Subheadline*: Rumah makan

3 *Body Copy*: Ayam panggang, Ayam goreng, Nasi + Sambal+ Lalapan +
Minum Rp. 13.000.-

4 Signature: Special ayam kampung

5 Caption: -

6 Callout : -

7 Closing Word: Alamat : Jl. Srandakan Km 2 Palbapang Bantul (Depan DPU Bantul), Dapur Pusat : Gesikan 3, Wijirejo, Pandak, Bantul Tlp : 082138267777

b Visual/ ilustrasi:

Background iklan menggunakan warna merah gradasi warna merah marun untuk mendukung promosi yang merupakan warna identitas. Penggunaan logo disudut atas agar terlihat lebih jelas, ilustrasi maskot siAkang Ess Pass pun dimunculkan dengan kontur putih agar mengimbangi logo. Penempatan ilustrasi foto yang diletakan sangat harmonis bertujuan mampu memperjelas jenis produk yang ditawarkan. Teks “ayam panggang, ayam goreng, nasi, sambal, lalapan, minum” menggunakan *outline* dengan warna hitam dan alamat berwarna putih dengan *background* merah marun supaya memudahkan untuk dibaca.

c Font:

Brannboll Fet, Blassed Day, Kristen ITC, Army Chalk, AriaScriptSSi, Calibri.

d Warna:

Merah (C: 0, M: 100, Y: 100, K:0), Merah Marun (C: 30, M: 100, Y: 100, K: 45), Hitam (C: 50, M: 50, Y: 50, K: 100), Putih (C: 0, M: 0, Y: 0, K:0), Kuning Muda (C: 0, M: 0, Y: 40, K: 0), Kuning (C: 0, M: 0, Y: 100, K: 0).

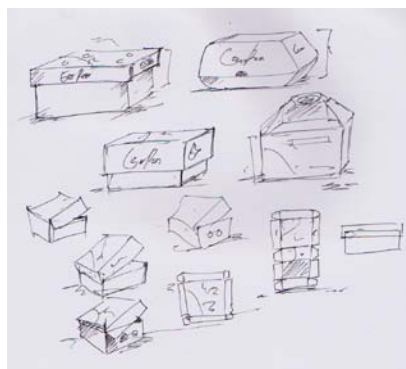
e Layout:

Desain iklan ini menekankan perbedaan warna untuk menarik perhatian pembaca, hal ini juga ditujukan dengan penataan elemen-elemen visual secara asimetris agar desain terlihat komunikatif dan dinamis. Kontras ditimbulkan melalui *outline* tebal berwarna pada beberapa objek gambar dan teks, serta menggunakan dominasi warna terang hingga putih untuk menekankan info utama berupa *headline* dan *body copy* di atas *background* yang berwarna gelap. Elemen-elemen dalam desain iklan tersebut disusun membentuk irama yang menarik, sehingga mengarahkan pembaca pada alur informasi yang dimuat dalam desain.

d) Packaging:

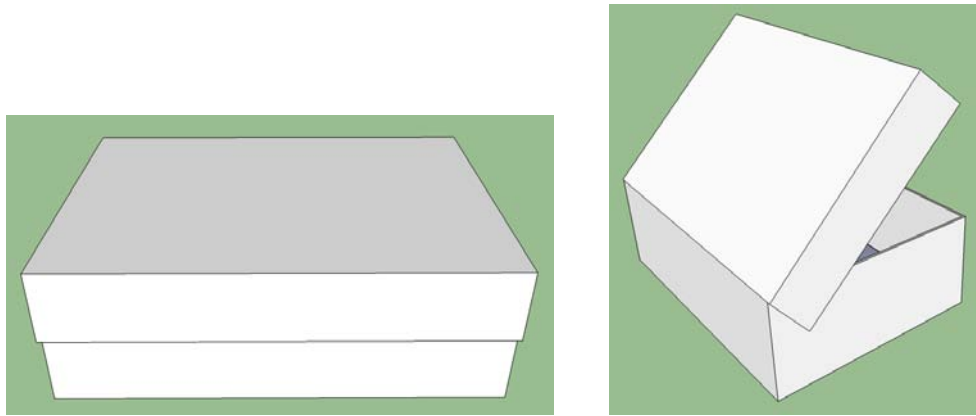
Packaging adalah sebuah tempat atau penyimpanan produk yang bersifat sementara, selain itu juga sebagai media informasi yang memuat berbagai informasi mengenai suatu produk, contohnya jenis dan nama produk, ilustrasi produk, harga, dll. Untuk perancangan desain *packaging* ini melalui 3 tahapan penciptaan sebagai berikut:

1) Rough Layout:

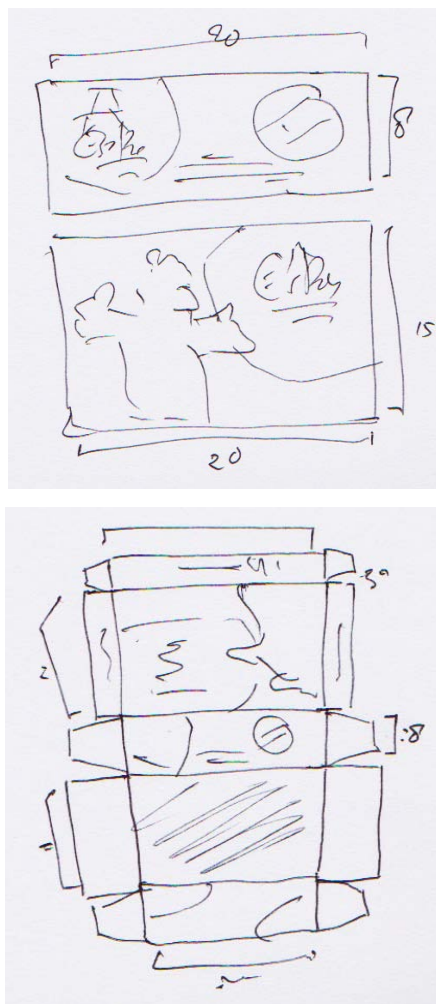


Gambar XXXIX: ***Rough layout packaging***
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

2) *Comprehensive Layout:*



Gambar XL: *Comprehensive layout packaging GoogleSketchUp8*
(Sumber: Dokumentasi pribadi)



Gambar XLI: *Comprehensive layout packaging*
(Sumber: Dokumentasi pribadi)

3) Complete Layout:



Gambar XLII



Gambar XLIII



Gambar XLIV



Gambar XLV

Gambar XLII: *Complete layout packaging tampak potongan*,
 Gambar XLIII: *Complete layout packaging tampak atas*,
 Gambar XLIV: *Complete layout packaging tampak belakang*,
 Gambar XLV: *Complete layout packaging prespektif*
 (Sumber: Dokumentasi pribadi)

- (1) Nama Media : *Packaging*
- (2) Ukuran : 18,5 x 14 x 6 cm
- (3) Format : *Landscape*
- (4) Bahan : *Ivory 310 gr glossy*
- (5) Keterangan :

a Teks:

- 1 *Headline*: Ess Pass (logo)
- 2 *Subheadline*: Logo
- 3 *Body Copy*: Special ayam kampung
- 4 *Signature*: Ess Pass (logo)
- 5 *Caption*: -

6 *Callout* : -

7 *Closing Word*: Jl. Srandakan Km 2 Palbapang Bantul (Depan DPU Bantul)

Tlp : 0821 3826 777

b Visual/ ilustrasi:

Warna merah masih dominan dalam *packaging*. Warna *background packaging* berwarna merah bergradasi merah marun, sebagai identitas Rumah Makan Ayam Panggang Ess Pass, ilustrasi berupa maskot dan bentuk sebuah persegi yang sudah mendapat modifikasi sehingga menarik. Pada bagian atas maskot ditampilkan hampir memenuhi media, yang tangannya mengarah pada logo, logo guna menunjukkan identitas perusahaan dengan warna putih agar dapat terlihat jelas.

Pada bagian belakang, Ilustrasi yang digunakan adalah logo Ess Pass sebagai penekanan rumah makan, yang berada dalam sebuah bentuk yang asimetris sehingga terlihat lebih menonjol. Sebagai *body copy* “special ayam kampung” mampu menekankan lebih lanjut produk yang ada didalamnya dengan didukung oleh *signature* yang terdapat dipinggir dari *packaging* ini.

c *Font*:

Brannboll, Blessed Day, Kristen ITC, ArmyChalk, AriaScriptSSi, Calibri

d Warna:

Merah (C: 0, M: 100, Y: 100, K: 0), Merah Marun (C: 30, M: 100, Y: 100, K: 45), Kuning (C: 0, M: 0, Y: 100, K: 0), Kuning Muda (C: 0, M: 0, Y:

40,K: 0), Autumn Orange (C: 0, M: 60, Y: 80, K: 0), Hitam (C: 50, M: 50, Y: 50,K: 100), Putih (C: 0, M: 0, Y: 0,K: 0).

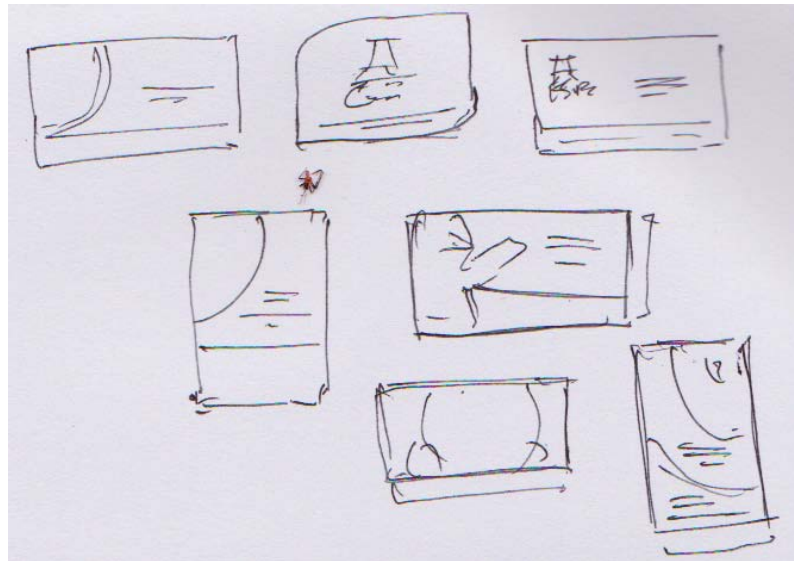
e *Layout:*

Packaging ini menggunakan format *landscape* dengan bentuk yang mudah dibawa. Pembagian ruang antara ilustrasi dengan teks memakai keseimbangan asimetris, agar menghasilkan media yang komunikatif, dinamis dan tidak membosankan. Pada bagian atas, *headline* dirancang berada di sudut supaya terlihat seimbang dengan maskot di bagian sebelahnya yang terkesan sangat berat. Untuk mengurangi kesan berat tersebut, teks di bidang tersebut diwarna terang, sekaligus memberikan penekanan supaya jelas terbaca. Bagian belakang memakai format asimetris, didesain simpel. Proporsi diutamakan pada ruang kosong dengan fokus berupa logo, *body copy* dan *closing* saja karena warna tersebut dinilai sudah berat, sehingga tidak perlu menambah ornamen atau objek di dalamnya.

e) Kartu Nama:

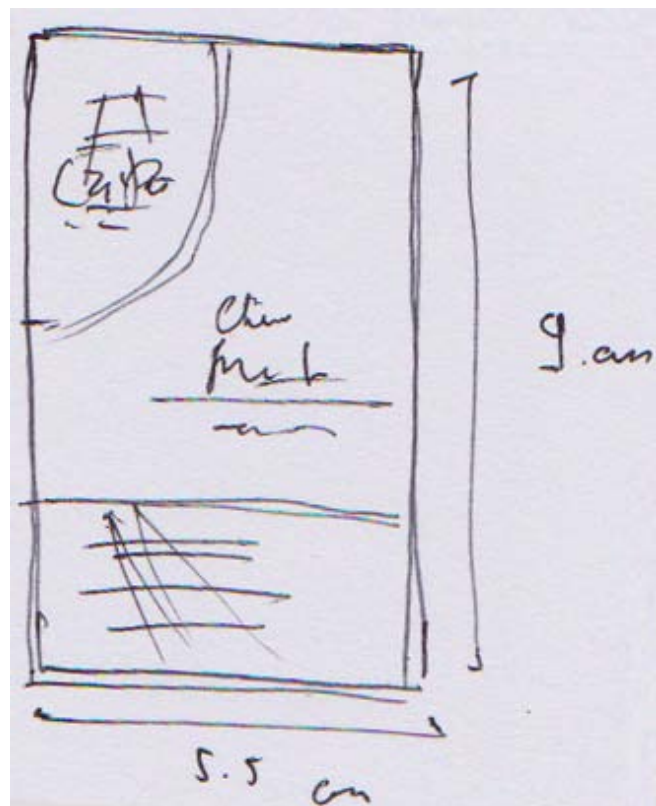
Kartu nama adalah media yang efektif dalam menyampaikan pesan dan menjalin hubungan bisnis. Perancangan media promosi kartu nama dapat dilihat melalui tahapan sebagai berikut:

1) *Rough Layout*:



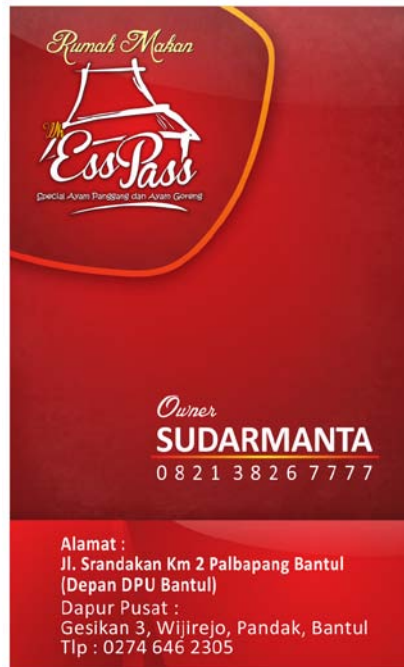
Gambar XLVI: *Rough layout* kartu nama
(Sumber: Dokumentasi pribadi)

2) *Comprehensive Layout*:



Gambar XLVII: *Comprehensive layout* kartu nama
(Sumber: Dokumentasi pribadi)

3) *Complete Layout:*



Gambar XLVIII

Gambar XLVIII: *Complete layout kartu nama.*
(Sumber: Dokumentasi pribadi)

- (1) Nama Media : Kartu Nama
- (2) Ukuran : 9 x 5,5 cm
- (3) Format : *Portrait*
- (4) Bahan : Ivory Paper 260 gr *doff*
- (5) Keterangan :

a Teks:

1 *Headline*: Ess Pass (logo).

2 *Subheadline*: “Owner Sudarmanta 0821 3826 7777”

3 *Body Copy*: -

4 *Signature*: -

5 *Caption*: -

6 *Callout*: -

7 *Closing Word*: “Alamat : Jl. Srandakan Km 2 Palbapang Bantul (Depan DPU Bantul) Dapur Pusat : Gesikan 3, Wijirejo, Pandak, Bantul Tlp : 0274 646 2305”

b Visual/ ilustrasi:

Menggunakan *background* warna merah dengan gradasi menunjukkan identitas Rumah Makan Ayam Panggang Ess Pass, logo Ess Pass berukuran besar untuk menonjolkan identitas Ess Pass, teks di bawah warna putih agar terlihat jelas. Di bawah terdapat penggunaan warna merah yang dibuat secara asimetris, di dalamnya teks dengan warna putih, agar terlihat jelas dan mudah dibaca.

c *Font*:

Brannboll, Blessed Day, Kristen ITC, AriaScriptSSi.

d Warna:

Merah (C: 0, M: 100, Y: 100, K: 0), Merah Marun (C: 30, M: 100, Y: 100, K: 45), Kuning (C: 0, M: 0, Y: 100, K: 0), Kuning Muda (C: 0, M: 0, Y: 40, K: 0), Putih (C: 0, M: 0, Y: 0, K: 0) Hitam (C: 50, M: 50, Y: 50, K: 100).

e *Layout*:

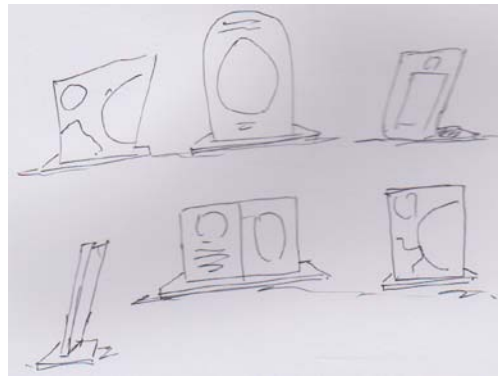
Kartu nama didesain dengan format *portrait*, menggunakan pembagian asimetris agar terkesan dinamis, menarik dan komunikatif. Logo dipasang di sudut atas dan teks alamat di sisi bawah. Ukuran teks alamat kecil, agar tetap terlihat *balance* dengan logo. Teks jabatan dibuat menggunakan *font* yang

berbeda dan teks nama dibuat tebal dengan ukuran *font* lebih besar agar membedakan dan memberi kesan kontras daripada teks di bawahnya, sedangkan nomer *handphone* berada dibawah nama dengan pemberian sebuah garis berwarna.

f) *Display Number:*

Nomer meja adalah sebuah penunjuk atau nomer urut meja yang dipakai oleh pelanggan. Biasanya digunakan sebagai tanda. Tahap perancangannya adalah sebagai berikut:

1) *Rough Layout:*



Gambar XLIX: ***Rough layout display number***
(Sumber: Dokumentasi pribadi)

2) *Comprehensive Layout:*



Gambar L: ***Comprehensive layout display number***
(Sumber: Dokumentasi pribadi)

3) *Complete Layout:*



Gambar LI

Gambar LI: *Complete layout display number*
(Sumber: Dokumentasi pribadi)

- (1) Nama Media : *Display Number*
- (2) Ukuran : 7 x 10 cm
- (3) Format : *Portrait*
- (4) Bahan : *Acrilik, Ivory paper 230 gr*
- (5) Keterangan :

a Teks:

1 *Headline*: Ess Pass (logo).

2 *Subheadline*: -

3 *Body Copy*: -

4 *Signature*: Nomer 1-10

5 *Caption*: -

6 *Callout*: -

7 *Closing Word*: -

b Visual/ ilustrasi:

Menampilkan Akang Ess Pass sebagai ilustrasi utama karena menjadikan *eye-catcher* dalam desain nomer meja ini. Menggunakan warna dominan merah supaya perhatian pelanggan terfokus pada info. Logo sebagai identitas, berada di sudut atas, dan angka warna putih dengan *outline* hitam berada dalam balon kata sehingga tampak harmonis dengan *background*.

c Font:

Brannboll, Blessed Day, Kristen ITC.

d Warna:

Merah (C: 0, M: 100, Y: 100, K: 0), Merah Marun (C: 30, M: 100, Y: 100, K: 45), Putih (C: 0, M: 0, Y: 0, K: 0), Hitam (C: 50, M: 50, Y: 50, K: 100)

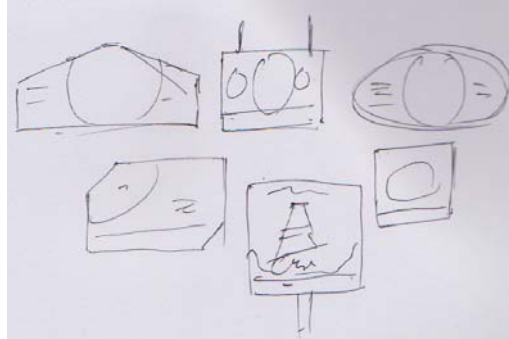
e Layout:

Pembagian ruang teks dan ilustrasi dibuat asimetris supaya memberi kesan komunikatif. Ilustrasi maskot berfungsi sebagai daya tarik. Pemilihan warna pada latar belakang membuat pandangan pelanggan langsung tertuju pada fokus informasi, juga menonjolkan isi pesan.

g) Papan Nama

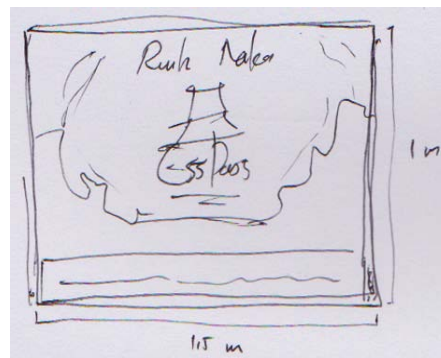
Papan nama merupakan media luar ruang yang berperan penting dalam menarik perhatian konsumen karena biasanya diletakkan di depan perusahaan atau badan usaha yang tengah beriklan. Media ini biasanya memuat informasi mengenai identitas dan alamat. Tahap perancangan media papan nama dibagi menjadi 3, yaitu:

1) *Rough Layout:*



Gambar LII: ***Rough layout papan nama***
(Sumber: Dokumentasi pribadi)

2) *Comprehensive Layout:*



Gambar LIII: ***Comprehensive layout papan nama***
(Sumber: Dokumentasi pribadi)

3) *Complete Layout:*



Gambar LIV

Gambar LIV: ***Complete layout papan nama***
(Sumber: Dokumentasi pribadi)

- (1) Nama Media : Papan Nama
- (2) Ukuran : 120 x 80 cm
- (3) Format : *Landscape*
- (4) Bahan : *Vynil*, Besi, Plat Almunium
- (5) Keterangan :

a Teks:

1 *Headline*: Ess Pass (logo)

2 *Subheadline*: Rumah makan

3 *Body Copy*: -

4 *Signature*:

5 *Caption*: Special ayam kampung

6 *Callout*: -

7 *Closing Word*: Jl. Srandakan Km 2 Palbapang Bantul (Depan DPU Bantul)

Tlp. 082138267777

b Visual/ ilustrasi:

Background media berwarna merah dengan ilustrasi api untuk memudahkan pandangan menuju titik fokus, yaitu logo Ess Pass. Logo diberi *shadow* berwarna hitam agar tampak menonjol di atas *background*. Di atas logo terdapat teks (jenis perusahaan) warna kuning muda, agar dapat dibaca dengan jelas. Teks alamat dan nomor telepon berwarna putih agar harmonis dengan logo. Bidang berbentuk persegi panjang di bagian bawah papan nama agar memunculkan info alamat, sehingga dapat dibaca dengan nyaman.

c Font:

Brannboll, Blessed Day, Kristen ITC, Calibri.

d Warna:

Merah (C: 0, M: 100, Y: 100, K: 0), Merah Marun (C: 30, M: 100, Y: 100, K: 45), Putih (C: 0, M: 0, Y: 0, K: 0), Kuning (C: 0, M: 0, Y: 100, K: 0), Kuning Muda (C: 0, M: 0, Y: 40, K: 0), Hitam (C: 50, M: 50, Y: 50, K: 50).

e Layout:

Format *landscape* dengan keseimbangan simetris. *Background* diisi ilustrasi yang mengarahkan kepada fokus utama sehingga terkesan *balance*. Bidang berbentuk persegi panjang dengan warna gelap di bagian bawah berguna memunculkan informasi *closing* yang didesain dengan warna kontras. Fokus utama desain ini ialah logo Ess Pass pada tengah media, logo tersebut berwarna putih dan terdapat *shadow* hitam agar menonjolkan logo dari *background*.

h) Seragam:

Seragam adalah identitas dari perusahaan atau rumah makan yang juga sebagai media berpromosi yang dikenakan oleh karyawan. Tahap perancangannya adalah sebagai berikut:

1) *Rough Layout*:



Gambar LV: ***Rough layout seragam***
(Sumber: Dokumentasi pribadi)

2) *Comprehensive Layout*:



Gambar LVI: ***Comprehensive layout seragam***
(Sumber: Dokumentasi pribadi)

3) *Complete Layout*:



Gambar LVII

Gambar LVII: ***Complete layout seragam***
(Sumber: Dokumentasi pribadi)

- (1) Nama Media : Seragam Karyawan
 (2) Ukuran : *All size*
 (3) Format : *Landscape*
 (4) Bahan : *Cotton*
 (5) Keterangan :

a Teks:

1 *Headline*: Ess Pass (logo)

2 *Subheadline*: -

3 *Body Copy*: -

4 *Signature*: Special ayam kampung

5 *Caption*: -

6 *Callout*: -

7 *Closing Word*: -

b Visual/ ilustrasi:

Menampilkan Akang Ess Pass yang dipadukan dengan logo Ess Pass sebagai ilustrasi utama karena menjadikan *eye-catcher* dalam desain ini. Menggunakan warna kaos merah supaya perhatian *audience* terfokus pada info di dalam kaos. Logo sebagai identitas, berada ditengah sehingga tampak harmonis dengan *background*. Selanjutnya *audience* akan tertuju pada teks yang diwarna putih yang berada dibelakang.

c *Font*:

Brandboll Fet, ArmyChalk, AriaScriptSSi.

d Warna:

Merah (C: 0, M: 100, Y: 100, K: 0), Kuning (C: 0, M: 0, Y: 100, K: 0), Orange (C: 0, M: 60, Y: 100, K: 0), Putih (C: 0, M: 0, Y: 0, K: 0), Hitam (C: 50, M: 50, Y: 50, K: 100) dan warna-warna cerah

e Layout:

Pembagian ruang teks dan ilustrasi dibuat simetris supaya memberi kesan komunikatif dan *surprise*. Ilustrasi tokoh berfungsi sebagai daya tarik utama sehingga perlu diperlihatkan secara dekat. Pemilihan warna harmonis pada latar belakang membuat pandangan pelanggan langsung tertuju pada fokus informasi, juga menonjolkan isi pesan.

i) Roll Banner:

Roll banner merupakan media yang bisa digunakan dalam maupun luar ruang yang biasanya diletakkan di lokasi yang strategis supaya mudah terlihat oleh *audience*. Dengan ukuran yang cukup besar dan praktis dalam penataannya memudahkan dipakai didalam rumah makan. Berikut perancangan media promosi *roll banner*:

1) Rough Layout:



Gambar LVIII: ***Rough layout roll banner***
(Sumber: Dokumentasi pribadi)

2) *Comprehensive Layout:*



Gambar LIX: *Comprehensive layout roll banner*
(Sumber: Dokumentasi pribadi)

3) *Complete Layout:*



Gambar LX

Gambar LX: *Complete layout roll banner*
(Sumber: Dokumentasi pribadi)

- (1) Nama Media : *Roll Banner*
- (2) Ukuran : 60 x 160 cm
- (3) Format : *Portrait*
- (4) Bahan : *Vynil, Almunium*
- (5) Keterangan :

a Teks:

1 *Headline*: Ess Pass (logo)

2 *Subheadline*: -

3 *Body Copy*: Special ayam kampung

4 *Signature*: -

5 *Caption*:

“Ayam panggang, Rp. 9.000.-”, “Ayam goreng, Rp. 9.000.-“, “Buka jam 5 sore sampai 12 malam”.

6 *Callout*: -

7 *Closing Word*:

“Alamat : Jl. Srandakan Km 2 Palbapang Bantul (Depan DPU Bantul)”,
 “Dapur Pusat : Gesikan 3, Wijirejo, Pandak, Bantul Tlp : 0821 3826 7777”.

b Visual/ ilustrasi:

Background warna merah dengan aksan gradasi warna merah marun sebagai ciri khas Ess Pass dan sedikit ornamen, di bagian atas terdapat logo. Ilustrasi foto produk dan api dimunculkan agar terlihat lebih menarik dan menjadi *point of interest*. Ilustrasi gambar menggunakan maskot sebagai daya tarik media, yang terdapat dibagian bawah dari foto yang seakan menawarkan

makanan. Teks alamat dan nomor telepon di atas bidang menyerupai balon dengan warna merah.

c *Font:*

Brannboll, Blessed Day, Kristen ITC, AriaScriptSSi, Calibri, ArmyChalk.

d *Warna:*

Merah (C: 0, M: 100, Y: 100, K: 0), Merah Marun (C: 30, M: 100, Y: 100, K: 45), Putih (C: 0, M: 0, Y: 0, K: 0), Hitam (C: 50, M: 50, Y: 50, K: 100).

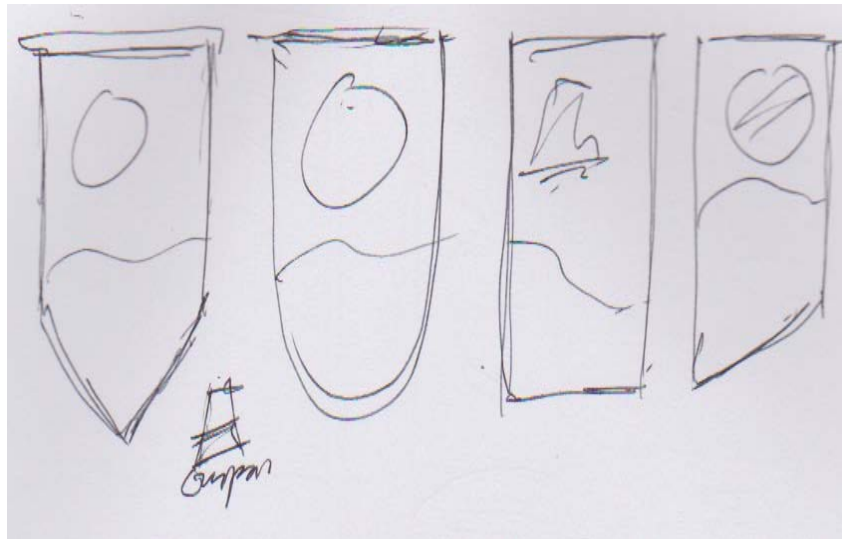
e *Layout:*

Proporsi elemen-elemen dalam media ini disusun menurut format *portrait* berdasarkan standar ukuran *roll banner*, untuk itu guna menghasilkan desain yang komunikatif digunakan pola keseimbangan asimetris. Variasi elemen dengan warna yang serupa dan harmonis membentuk irama di dalam desain, keuntungannya, komunikan dapat mencerna info dalam pesan yang disampaikan dengan baik.

j) *Hanging Display:*

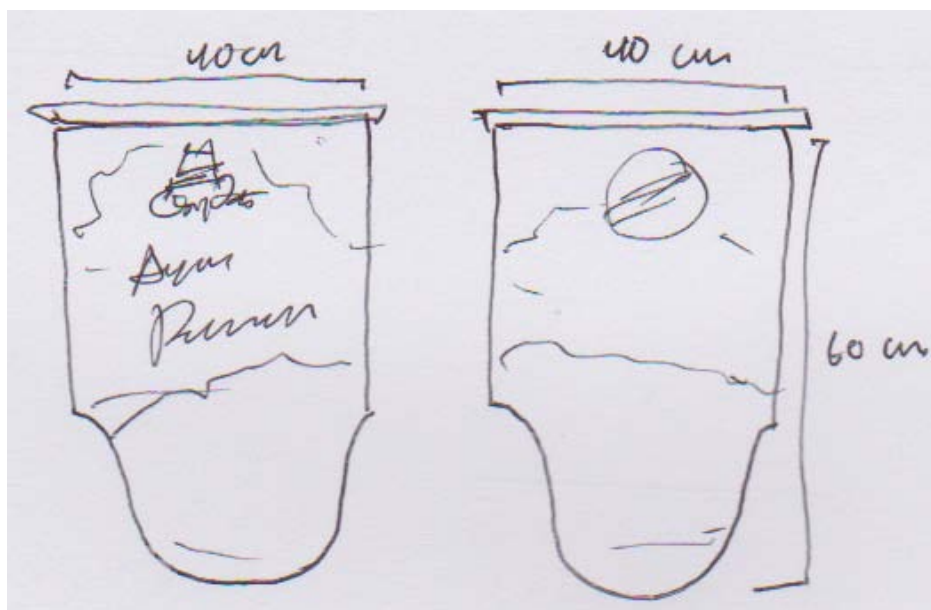
Hanging Display adalah media yang berfungsi untuk memamerkan atau memperlihatkan produk, dalam perancangan ini adalah masakan ayam panggang dan ayam goreng. *Hanging display* yang didesain unik dan mudah dimengerti oleh pelanggan saat datang. Perancangan media dapat dilihat melalui 3 tahap, antara lain:

1) Rough Layout:



Gambar LXI: ***Rough layout hanging display***
(Sumber: Dokumentasi pribadi)

2) Comprehensive Layout:



Gambar LXII: ***Comprehensive layout hanging display***
(Sumber: Dokumentasi pribadi)

3) Complete Layout:



Gambar LXIII

Gambar LXIII: *Complete layout hanging display*
(Sumber: Dokumentasi pribadi)

- (1) Nama Media : *Hanging Display*
- (2) Ukuran : 40 x 60 cm
- (3) Format : *Portrait*
- (4) Bahan : *Vynil*
- (5) Keterangan :

a Teks:

1 *Headline*: “Ess Pass” (logo), “Special ayam kampung”.

2 *Subheadline*: -

3 *Body Copy*: -

4 Signature: “Ayam panggang”, “Ayam goreng kremes”.

5 Caption: -

6 Callout: -

7 Closing Word: -

b Visual/ ilustrasi:

Agar memunculkan kesan eksklusif namun masih berkaitan dengan tema, maka dipilih ilustrasi foto produk masakan. Penggunaan warna harmonis juga dapat menimbulkan kesan eksklusif. Menggunakan logo supaya calon pelanggan yang lain dapat langsung mengenali *brand* Ess Pass. Motif ornamen juga digunakan sebagai *background* memberi kesan eksklusif.

c Font:

Brannboll, Blessed Day, Kristen ITC, AriaScriptSSi, ArmyChalk.

d Warna:

Merah (C: 0, M: 100, Y: 100, K: 0), Merah Marun (C: 30, M: 100, Y: 100, K: 45), Putih (C: 0, M: 0, Y:0, K: 0), Kuning (C: 0, M: 0, Y:100, K: 0), Hitam (C: 50, M: 50, Y:50, K: 100)

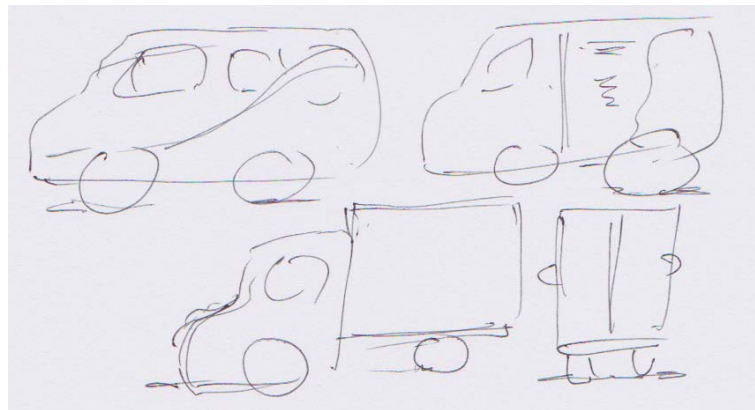
e Layout:

Pembagian ruang asimetris pada bagian ilustrasi, dengan meletakkan gambar dibawah, sedangkan logo diatas. Memberi kesan non-formal dan dinamis. Secara keseluruhan, desain ini mengutamakan *unity*, keseimbangan, harmonisasi irama dan fokus.

k) **Mobile Branding**

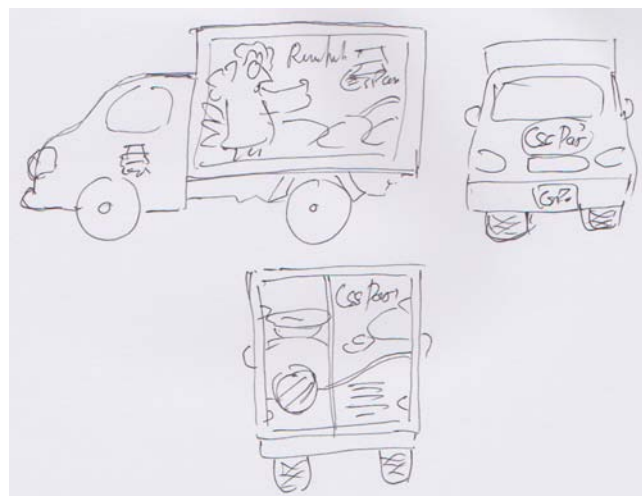
Mobile branding ialah media *outdoor* yang menggunakan badan mobil dan potensi kendaraan sebagai sarana promosi berjalan. Biasanya kendaraan yang dipakai adalah kendaraan pribadi pemilik atau milik perusahaan. Media ini sangat bermanfaat sehingga cakupan konsumen menjadi lebih luas. Berikut langkah perancangan *mobile branding*:

1) **Rough Layout:**



Gambar LXIV: **Rough layout mobile branding**
(Sumber: Dokumentasi pribadi)

2) **Comprehensive Layout:**



Gambar LXV: **Comprehensive layout mobile branding**
(Sumber: Dokumentasi pribadi)

3) Complete Layout:



Gambar LXVI

Gambar LXVI: *Complete layout mobile branding*
(Sumber: Dokumentasi pribadi)



Gambar LXVII

Gambar LXVII: ***Complete layout mobile branding tampak prespektif***
(Sumber: Dokumentasi pribadi)

- (1) Nama Media : *Mobile branding*
- (2) Ukuran : *Full body*
- (3) Format : *Landscape*
- (4) Bahan : *Sticker vinyl*
- (5) Keterangan :

a Teks:

1 *Headline*: Tampak depan, samping dan belakang: Ess Pass (logo).

2 *Subheadline*:

Tampak samping: “Rumah Makan”, karena terletak di atas *headline*, disebut *overline*.

3 *Body Copy*: -

4 *Signature*: Special ayam kampung

5 *Caption*:

6 *Callout*: -

7 *Closing Word*: Tampak belakang: Dapur Pusat : Gesikan 3, Wijirejo, Pandak, Bantul, Yogyakarta Tlp : 0821 3826 7777.

b Visual/ ilustrasi:

Warna *background* (badan mobil) berwarna merah, di sisi depan mobil, terpampang logo Ess Pass sebagai identitas. Tampak samping *background* warna sama dihiasi aksesoris ornamen yang mengarahkan perhatian audiens pada *point of interest*, berupa logo dan maskot yang ditampilkan dalam bentuk besar di bagian *box* mobil, logo yang berwarna putih agar menonjol di atas *background*. Teks jenis perusahaan warna kuning muda di atas logo berfungsi sebagai penjelas. Selanjutnya keunggulan produk (special ayam kampung) di atas objek lingkaran menyerupai stempel supaya terlihat artistik, nomor telepon di bagian bawah sebagai *closing*, memberikan informasi. Teks warna putih agar harmonis dengan teks jenis perusahaan. Di sudut terdapat objek maskot dan disudut yang lain terdapat ilustrasi produk agar terlihat semarak dan memperlihatkan jenis produk yang ditawarkan. Kemudian objek lengkung di sisi belakang berwarna hampir sama dengan latar belakang menonjolkan identitas yang diisi dengan ilustrasi di atasnya.

c *Font*:

Brannboll, Blessed Day, Kristen ITC, AriaScriptSSi, Calibri, ArmyChalk.

d Warna:

Merah (C: 0, M: 100, Y: 100, K: 0), Merah Marun (C: 30, M: 100, Y: 100, K: 45), Kuning (C: 0, M: 0, Y: 100, K: 0), Kuning Muda (C: 0, M: 0, Y: 40, K: 0), Putih (C: 0, M: 0, Y: 0, K: 0), Hitam (C: 50, M: 50, Y: 50, K: 100).

e Layout:

Penempatan elemen desain di atas badan mobil menyesuaikan dengan letak jendela dan *box* mobil, supaya terlihat proporsional. Desain ini menggunakan format *landscape* dengan pembagian teks dan gambar secara asimetris guna memunculkan kesan dinamis, komunikatif dan tidak membosankan. Maskot berukuran besar sebagai *point of interest* kemudian dengan teks penjelas lainnya dibedakan secara ukuran agar *audiens* dapat mengetahui bagian mana yang harus dibaca terlebih dahulu. Produk-produk masakan Ess Pass disusun tidak beraturan agar terlihat artistik dan unik. Pada *background*, bidang lengkung disusun menumpuk dengan gradasi untuk memunculkan irama. Pada bagian depan mobil, mengedepankan informasi berupa identitas Ess Pass dengan memasukkan unsur yang menyatu dengan desain samping mobil, yakni warna putih pada logo. Sementara di bagian belakang mobil menggunakan proporsi yang ditekankan pada visual gambar dan teks secara simetris, kemudian baru pada info selanjutnya, yakni *closing*.

BAB IV PENUTUP

A. Kesimpulan

Perancangan media *booth* sebagai pengembangan promosi Rumah Makan Ayam Panggang Ess Pass bertujuan untuk membuat konsep perancangan dan memvisualisasikan media promosi Rumah Makan Ayam Panggang Ess Pass yang efektif, efisien, kreatif dan komunikatif, sebagai sarana informasi bagi pelanggan dan diharapkan mampu melekat di masyarakat. Karena dengan strategi pemasaran yang efektif maka berimbas pula pada peningkatan penjualan produk Rumah Makan Ayam Panggang Ess Pass.

Berdasarkan analisis data untuk kepentingan media promosi dapat dijabarkan hal-hal berikut:

- 1) Konsep perancangan media pengembangan promosi Rumah Makan Ayam Panggang Ess Pass ini adalah “minimalis”, dengan gaya desain yang unik dan elegan, menampilkan warna-warna yang cerah dan ilustrasi yang menarik.
- 2) Identitas perancangan media pengembangan promosi Rumah Makan Ayam Panggang Ess Pass dapat dikenali dari segi desain, warna, logo, dan ilustrasi pengisi dalam media.
- 3) Jenis media dibedakan menjadi dua yaitu *prime media* dan *supporting media*, yang dipilih berdasarkan pertimbangan jangkauan maupun frekuensi, *prime media* dianggap memiliki peluang yang lebih di antara media lainnya dalam hal pengembangan promosi.

- 4) Hasil dari perancangan berupa media utama (*prime media*) dan media pendukung (*supporting media*). Media utama yang digunakan yaitu *booth*, karena ukurannya yang relatif besar, frekuensi keberadaannya tinggi, menarik dan bisa langsung dilihat oleh *audience*, sedangkan media pendukung, antara lain *neon-box*, nota, iklan *display*, *packaging*, kartu nama, nomer meja, papan nama, seragam, *roll banner*, *hanging display* dan *mobile branding*.

B. Saran

- 1) Bagi mahasiswa Seni Rupa hendaknya Tugas Akhir Karya Seni ini dijadikan sarana untuk belajar merancang konsep kemudian dikembangkan dan divisualisasikan dengan media-media yang sesuai dengan sasaran.
- 2) Bagi para desiner grafis hendaknya lebih memperhatikan prinsip dan elemen-elemen dalam desain maupun visual dalam desain, sehingga desain yang dirancang tidak semata-mata menarik dari segi visual, sehingga dapat dipertanggungjawabkan materi desain dan penyusunannya. Karena prinsip penyusunan perlu diikuti guna menghasilkan desain yang berkualitas dan dapat menunjang isi pesan yang disampaikan.
- 3) Bagi pelaku usaha, yaitu Rumah Makan Ayam Panggang Ess Pass, diharapkan dapat memanfaatkan media-media promosi agar usaha promosi menjadi lebih maksimal, karena media promosi merupakan sarana berkomunikasi ke masyarakat, sehingga nantinya dapat meningkatkan *income* bagi badan usaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Departemen Pendidikan Nasional. 2008. *Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Keempat*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Dharsono. 2003. *Tinjauan Seni Rupa Modern (Buku Ajar)*. Surakarta: Departemen Pendidikan Nasional Sekolah Tinggi Seni Indonesia.
- _____. 2004. *Seni Rupa Modern*. Bandung: Penerbit Rekayasa Sains.
- Echols, M John dan Hasan Shadily. 2005. *Kamus Inggris-Indonesia*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Hendratman. 2010. *Tips n Trix Computer Graphics Design*. Bandung: Informatika Bandung.
- Jefkins, Frank, 1995. *Periklanan*, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip & Gary Armstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 12 Jilid 1*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kusrianto, Adi. 2007. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Neufeldt, Victoria & David B. Guralnik. 1996. *Webster's New World College Dictionary 3rd Edition*. New York: Macmillan.
- Pujiriyanto. 2005. *Desain Grafis Komputer (Teori Grafis Komputer)*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Rangkuti, Freddy. 1997. *Analisis SWOT-Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rustan, Surianto. 2008. *Layout, Dasar dan Penerapannya*. Jakarta: Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sachari, Agus. 1986. *Paradigma Desain Indonesia*. Jakarta: CV. Rajawali.
- Shimp, Terence A. 2001. *Periklanan Promosi, Aspek Tambahan, Komunikasi Pemasaran Terpadu Jilid 1 Edisi 5*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Supriyono, Rakhmat. 2010. *Desain Komunikasi Visual Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Tim Penulis Program Studi Desain Komunikasi Visual FSR ISI Yogyakarta dan Studio Diskom. 2009. *Irama Visual*. Yogyakarta: Jalasutra.

Tinarbuko, Sumbo. 2009. *Semiotika Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Jalasutra.

www.mochamadg.blogspot.com, Diakses tanggal 11 Januari 2013.

www.rajabooth.com. Diakses tanggal 12 Januari 2013.

www.wikipedia.org. Diakses pada tanggal 3 Januari 2013.

LAMPIRAN

Data Hasil Wawancara

Sumber: Sudarmanta (Owner)

1. Apa pengertian Rumah Makan Ayam Panggang Ess Pass?

- Sebuah rumah makan yang menghadirkan makanan secara pas, pas rasanya, pas pelayanannya, pas harganya. Pemakaian nama Ess Pass diambil dari kata bahasa jawa wespas yang artinya sudah pas.

2. Siapa pendiri Rumah Makan Ayam Panggang Ess Pass?

- Pendiri dari rumah makan ini adalah saya sendiri, yang sudah saya rintis semenjak saya masih bujangan 18 tahun yang lalu.

3. Tahun berapa didirikannya Rumah Makan Ayam Panggang Ess Pass?

- Rumah makan ini saya dirikan di tahun 1995 tepatnya tanggal 22 Agustus

4. Bagaimana sejarah didirikannya RM Ayam Panggang Ess Pass?

- Berawal dari usaha saya dulu adalah distributor ayam potong untuk para penjual di pasar, kemudian saya memiliki gagasan untuk membuka sebuah lesehan yang menyajikan olahan ayam kampung, pada masa itu masih sangat jarang dijumpai lesehan yang menyajikan makanan tersebut. Kemudian saya pun mewujudkan gagasan tersebut dengan dukungan dari keluarga saya pastinya. Semenjak itulah saya konsen terhadap usaha baru saya yang masih lesehan dan sudah tidak menjadi distributor ayam potong lagi. Alhamdulillah sampai saat ini usaha saya pun dapat bertahan hingga menjadi rumah makan yang masih menggunakan konsep lesehan dan banyak pelanggan.

5. Apa Visi dan Misi RM Ayam Panggang Ess Pass?

- Visi kami menjadi pusat kuliner dari ayam kampung di Yogyakarta dengan konsep lesehan. Misi kami menyajikan masakan yang enak, berkualitas dan terjangkau di berbagai lapisan masyarakat dengan mengolah masakan ayam kampung dengan bumbu rempah- rempah yang istimewa.

6. Kenapa memilih ayam kampung sebagai bahan baku utama dari sekian banyak peluang bisnis yang ada?

- Kami ingin menu yang spesifik, pemilihan ayam kampung menjadi bahan baku karena ayam kampung memiliki keistimewaan menurut saya dari rasa

yang dihasilkan serta tekstur daging yang berbeda dari ayam potong biasa, tentunya dengan cara pengolahan yang tepat dan harga ayam kampung yang dapat dikategorikan stabil dibanding ayam pedaging.

7. Bagaimana RM Ayam Panggang Ess Pass dalam mendapatkan pasokan bahan baku?

- Kami sudah memiliki lebih dari satu distributor yang mampu menyediakan ayam kampung semenjak kami mulai membuka usaha dan sampai saat ini.

8. Siapa sasaran pemasaran RM Ayam Panggang Ess Pass?

- Sebenarnya adalah semua kalangan masyarakat, tetapi banyak dari pelanggan kami adalah anak muda dan keluarga.

9. Jenis masakan apa yang menjadi menu utama RM Ayam Panggang Ess Pass?

- Menu utama dari rumah makan ini adalah ayam panggang dan ayam goreng.

10. Berapa saja harga yang dipatok untuk setiap porsinya?

- Satu (1) porsi terdiri dari Ayam panggang atau goreng, sambal, nasi, minum, lalapan adalah Rp 13.000.-

11. Dimana pengolahan masakan tersebut?

- Kami mengolah semua masakan sebelum dijual dalam satu dapur yaitu didapur pusat kami di Jl. Sedayu Km 1, Gesikan 3, Wijirejo, Pandak, Bantul.

12. Apa perbedaan masakan RM Ayam Panggang Ess Pass dibandingkan dengan rumah makan lain?

- Perbedaan dapat dirasakn secara langsung oleh konsumen dari rasa hasil olahan, karena kami memiliki bumbu rempah- rempah istimewa dan berbeda.

13. Sebelum di Jalan Srandakan, sebelumnya RM Ayam Panggang Ess Pass berlokasi di mana?

- Pertama Ess Pass didirikan dan sampai saat ini adalah di jalan Srandakan Palbapang tersebut.

14. Kenapa memilih tempat tersebut?

- Karena kondisi jalan yang ramai dan dulu masih jarang terdapat rumah makan seperti Ess Pass.

15. Apakah RM Ayam Panggang Ess Pass memiliki cabang?

- Iya

16. Dimana saja itu?

- Di jalan Bantul timur lampu merah Cepit, dan segera kami buka lagi tahun ini di dekat Rumah Sakit Umum Panembahan Senopati Bantul.

17. Kapan saja masakan RM Ayam Panggang Ess Pass diproduksi?

- Setiap hari kami produksi.

18. Fasilitas apa saja yang terdapat di RM Ayam Panggang Ess Pass Palbapang?

- Meja untuk konsumen sebanyak 10 buah, kasir, tempat cuci tangan atau wastafel, kamar mandi, tempat parkir.

19. RM Ayam Panggang Ess Pass buka dari jam berapa sampai jam berapa?

- Mulai melayani dari jam 5 sore sampai 12 malam.

20. Berapa orang karyawan RM Ayam Panggang Ess Pass? Bisa dijelaskan?

- Ada 8 karyawan, 1 orang sebagai kasir, 3 orang sebagai pembuat makanan dan minuman, 4 orang sebagai pelayan, 1 orang sebagai pencuci.

21. Adakah yang menyewa tempat RM Ayam Panggang Ess Pass untuk mengadakan acara? Jika ada bisa dijelaskan?

- Ada, kebanyakan para anak muda untuk merayakan ulang tahun dengan kapasitas 40 orang.

22. Apa suka dan duka selama mengelola RM Ayam Panggang Ess Pass?

- Sukanya kami dapat melayani konsumen dengan rasa masakan dan tanggapan yang puas. Dukanya saat cuaca yang kurang mendukung seperti saat musim hujan sehingga sepi.

23. RM Ayam Panggang Ess Pass apakah memiliki warna sebagai identitas? Apa artinya?

- Warna yang digunakan adalah merah, karena menunjukkan keberanian, tidak mudah menyerah dan mampu memberikan kesan hangat.

24. Desain sebelumnya dari RM Ayam Panggang Ess Pass dikerjakan oleh siapa?

- Memakai jasa pembuatan desain.

25. Apa saja usaha RM Ayam Panggang Ess Pass dalam hal pemasaran?

- Tentunya membuka cabang baru.

26. Media promosi apa saja yang pernah dibuat RM Ayam Panggang Ess Pass?

- Dulu pernah membuat iklan radio dan menyebar brosur.

27. Kenapa memilih media tersebut?

- Karena iklan radio menurut saya efektif dalam mendapatkan pelanggan, sedangkan brosur dapat secara langsung dibaca oleh calon pelanggan.

28. Media apa yang ingin dimiliki oleh RM Ayam Panggang Ess Pass?

- Tentunya semua media yang dapat menunjang produk kami lebih dikenal.

29. Berapa omzet yang diperoleh RM Ayam Panggang Ess Pass setiap bulan?

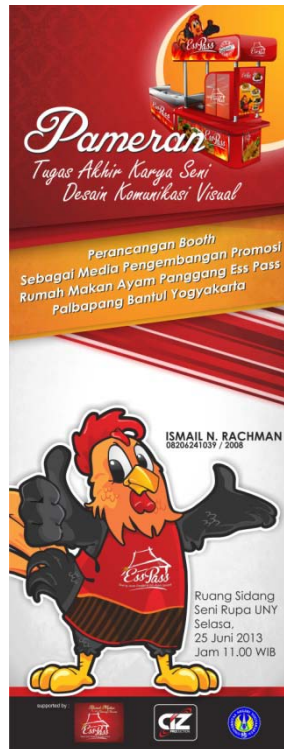
- Jika sedang ramai pelanggan Alhamdulillah dapat mencapai Rp 40.000.000

30. Apa harapan RM Ayam Panggang Ess Pass di masa mendatang?

- Harapan semoga RM Ayam Panggang Ess Pass tetap terus berkembang dan menjadi produk olahan dari ayam kampung yang khas dan semakin dikenal di Yogyakarta khususnya.

MEDIA KELENGKAPAN PAMERAN

1. Poster Pembukaan (*Roll Banner*, ukuran: 160 x 60 cm)



2. Poster (Ukuran: 33 x 48 cm)



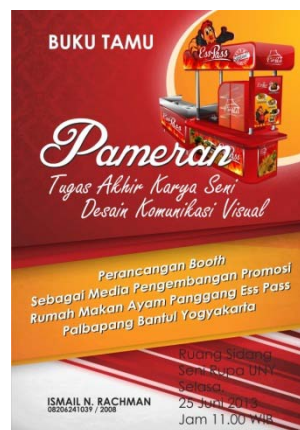
3. Katalog Pameran (Ukuran: 14,8 x 21 cm)



4. Katalog Pameran Kecil (Ukuran: 47 x 15 cm)



5. Buku Tamu (Ukuran: 21 x 29.7 cm)



6. Name Tag (keterangan media) (Ukuran: 5,5 x 9 cm)



LAYOUT FUNGSI BOOTH



Keterangan :

- | | |
|-------------------------------|-------------------------------|
| 1. Laci atas tempat menyimpan | 6. Tempat penggorengan |
| 2. Neon box menu | 7. Meja mini |
| 3. Etalase | 8. Bagian bawah penyimpanan |
| 4. Tempat penirisan | 9. Neon box visual menu utama |
| 5. Kaca pelindung | 10. Bagian untuk pemanggang |

LAYOUT APLIKASI DESAIN



FOTO DOKUMENTASI PAMERAN





KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
FAKULTAS BAHASA DAN SENI

Alamat: Karangmalang, Yogyakarta 55281 ☎ (0274) 550843, 548207 Fax. (0274) 548207
<http://www.fbs.uny.ac.id/>

FRM/FBS/33-01
10 Jan 2011

Nomor : 0383j/UN.34.12/DT/IV/2013
Lampiran : 1 Berkas Proposal
Hal : **Permohonan Izin Penelitian**

17 April 2013

Kepada Yth.

Manager RM Ayam Panggang Es Pass
di Palbapang - Bantul

Kami beritahukan dengan hormat bahwa mahasiswa kami dari Fakultas Bahasa dan Seni Universitas Negeri Yogyakarta bermaksud mengadakan **Penelitian** untuk memperoleh data guna menyusun Tugas Akhir Skripsi (TAS)/Tugas Akhir Karya Seni (TAKS)/Tugas Akhir Bukan Skripsi (TABS), dengan judul :

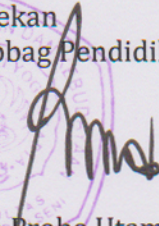
Perancangan Booth sebagai Media Pengembangan Promosi Rumah Makan Ayam Panggang Ess Pass Palbapang Bantul Yogyakarta

Mahasiswa dimaksud adalah :

Nama : ISMAIL NUR RACHMAN
NIM : 08206241039
Jurusan/ Program Studi : Pendidikan Seni Rupa
Waktu Pelaksanaan : April – Mei 2013
Lokasi Penelitian : Rumah Makan Ayam Panggang Ess Pass Palbapang Bantul
Yogyakarta

Untuk dapat terlaksananya maksud tersebut, kami mohon izin dan bantuan seperlunya.

Atas izin dan kerjasama Bapak/Ibu, kami sampaikan terima kasih.

a.n. Dekan
Kasubbag Pendidikan FBS,

Indun Probo Utami, S.E.
NIP 19670704 199312 2 001

Rumah Makan dan Catering Service

Wah
EssPass

Jl. Srandakan Km 2 Palbapang, Bantul, Yogyakarta

Hp : 0821 826 7777

Email : wesspass12@gmail.com

Hal : Permohonan Surat Izin

Bantul, 22 April 2013

Yth. Dekan Fakultas Bahasa dan Seni
Universitas Negeri Yogyakarta

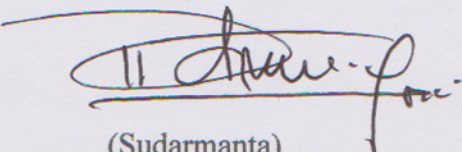
Dengan hormat,

Menanggapi surat Saudara No. 0383j/UN.34.12/DT/IV/2013 Tanggal 17 April 2013 perihal tersebut pada pokok surat. Pada prinsipnya kami tidak keberatan memberikan izin penelitian untuk memperoleh data penyusunan Tugas Akhir dengan judul "Perancangan *Booth* sebagai Media Pengembangan Promosi Rumah Makan Ayam Panggang Ess Pass Palbapang Bantul Yogyakarta".

Nama : Ismail Nur Rachman
NIM : 08206241039
Jurusan/ Prodi : Pendidikan Seni Rupa
Waktu Penelitian : April – Mei 2013

Atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

Pimpinan



(Sudarmanta)